

# КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет перекладознавства  
Кафедра психології, педагогіки і туризму

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
Проректор з навчально-виховної роботи  
М. І. Соловей  
(підпис)  
« 20/3 » 2021 року



## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Технологія продажів у туризмі

галузь знань	24 Сфера обслуговування
спеціальність	242 Туризм
освітній рівень	перший (бакалаврський)
освітня програма	Туристичне обслуговування
статус дисципліни	вибіркова

Форма здобуття освіти	денна
Навчальний рік	2021 – 2022
Семестр	VII
Кількість кредитів ЄКТС	3
Мова навчання	українська
Форма підсумкового контролю	залік

КИЇВ – 2021


**Розробник:**

Зінченко В. А., кандидат історичних наук, доцент кафедри психології, педагогіки і туризму

**Схвалено** на засіданні кафедри психології, педагогіки і туризму,  
протокол № 15 від 22 червня 2021 року

Завідувач кафедри  О. В. Матвієнко

**Схвалено** на засіданні вченої ради факультету перекладознавства,  
протокол № 12 від 23 червня 2021 року

Голова вченої ради факультету  Л. Я. Зєня

## 1. Мета вивчення дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Технологія продажів в туризмі» є ознайомлення здобувачів вищої освіти з принципами організації продажів туристичних продуктів.

2. **Загальний обсяг** (відповідно до робочого навчального плану) – 3 кредити ЄКТС; 90 год., у тому числі:  
лекції – 20 год.  
семінарські заняття – 16 год.  
самостійна робота – 54 год.

## 3. Передумови до вивчення або вибору навчальної дисципліни:

Передумовами до вивчення (вибору) дисципліни «Технологія продажів в туризмі» є вивчення дисциплін «Маркетинг у туризмі», «Менеджмент у туризмі».

Здобувачі вищої освіти повинні:

3.1. Знати понятійно-категоріальний апарат сфери туризму, сутність та види туризму, принципи створення туристичного продукту.

3.2. Вміти оперувати понятійно-категорійним апаратом, називати види туризму та давати їм характеристику, виділяти релевантну інформацію, робити висновки.

3.3. Володіти елементарними навичками роботи з літературними джерелами, пошуку, аналізу, систематизації та узагальнення інформації.

## 4. Анотація навчальної дисципліни

### «Технологія продажів в туризмі»

**Метою** дисципліни «Технологія продажів в туризмі» є ознайомлення здобувачів вищої освіти з принципами організації продажів туристичних продуктів.

¶ **Предметом** вивчення дисципліни є внутрішня і зовнішня інформація, що використовується під час продажів в туризмі.

**Завданням** дисципліни є ознайомлення з принципами організації продажів туристичних продуктів. Також при викладанні дисципліни розглядаються: специфіка туристичних послуг, поняття цінності послуг для клієнтів, класифікація потреб туристів, процес прийняття клієнтом рішення про покупку, техніки продажів туристичних послуг, організація особистісних продажів та продажів через GDS-системи, CRO, веб-сайти та інтернет-агенства тощо.

Курс «Технологія продажів в туризмі» для здобувачів вищої освіти спеціальності 242 Туризм складається з одного змістового модуля : *Особливості*

*технології продажів в туризмі. У ньому висвітлюються принципи організації продажів туристичних продуктів.*

**5. Завданням** вивчення дисципліни «Технологія продажів в туризмі» є формування необхідних теоретичних знань та практичних навичок і ознайомлення з принципами організації продажів туристичних продуктів, а також формування таких загальних та фахових компетентностей:

***Загальні компетентності:***

ЗК04. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу.

ЗК06. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК12. Навички міжособистісної взаємодії.

ЗК14. Здатність працювати в команді та автономно.

*ЗК15. Здатність зосереджуватися на результатах при виконанні завдань та вміння їх презентувати.*

*ЗК16. Здатність використовувати професійну термінологію, оперувати туристичною інформацією, вести дискусію та передавати власну думку в усній і письмовій формах.*

***Фахові компетентності:***

ФК17. Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

ФК18. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ФК22. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного).

ФК23. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту.

ФК24. Розуміння принципів, процесів і технологій організації роботи суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

ФК26. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

ФК27. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.

ФК29. Здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації.

ФК32. Здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

## 6. Очікувані результати навчання з дисципліни:

<b>Результат навчання</b> (1. знати; 2. уміти; 3. комунікація; 4. автономність і відповідальність)		<b>Форми (та / або методи і технології навчання)</b>	<b>Методи оцінювання та пороговий критерій оцінювання (за необхідності)</b>
<b>Код</b>	<b>Результат навчання</b>		
1.1.	Знати теоретичні та практичні основи технології продажів туристичних послуг.	Лекції, семінари; пояснювально-ілюстративний, репродуктивний, проблемного викладу.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, виконання практичного письмового завдання, письмова модульна контрольна робота.
2.1.	Уміти ініціювати інноваційні комплексні бізнес-проекти в сфері туризму і рекреації.	Семінари. Діалогово-комунікаційний, проблемно-пошуковий.	Усне поточне опитування під час аудиторних занять, письмова модульна контрольна робота.
3.1.	Використовувати набуті знання для вирішення завдань своєї професійної діяльності	Лекції, семінари. Діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий.	Участь у дискусії, виконання практичних завдань.
4.1.	Ефективно координувати процес управління підприємством туристичної/ готельної сфери, забезпечуючи ефективну взаємодію співробітників та споживачів, досягнення виробничих результатів із застосуванням сучасних інформаційних технологій.	Лекції, семінари. Діалогово-комунікаційний, частково-пошуковий.	Участь у дискусії, виконання практичних завдань.

## 7. Співвідношення очікуваних результатів навчання з дисципліни із програмними результатами навчання

Результати навчання з дисципліни (код)	1.1	2.1	3.1	4.1
<b>Програмні результати навчання (назва)</b>				
ПРН02. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці базові поняття з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук.	+		+	+
ПРН07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.	+	+	+	+
ПРН09. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.	+	+	+	+
ПРН12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.		+	+	
ПРН13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.	+		+	+
ПРН16. Діяти у відповідності з принципами соціальної відповідальності та громадянської свідомості.		+		+
ПРН19. Аргументовано відстоювати свої погляди у розв'язанні професійних завдань.		+	+	
ПРН22. Професійно виконувати завдання в невизначених та екстремальних ситуаціях.			+	+

## 8. Система оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти

Система модульно-рейтингового контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти має таку структуру:

№ з/п	Форма підсумкового контролю	Види навчальної діяльності здобувача вищої освіти	Максимальна кількість балів
1.	Передбачений підсумковий контроль – залік	1. Аудиторна та самостійна навчальна робота здобувача вищої освіти 2. Модульна контрольна	50  50

		робота (МКР)	
--	--	--------------	--

Поточне оцінювання всіх видів навчальної діяльності кожного здобувача вищої освіти (аудиторна, обов'язкова позааудиторна самостійна робота (*створення навчального кейсу, доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе*), здійснюється за десятибальною шкалою (від 0 до 10 балів). У кінці вивчення навчального матеріалу кожного організаційного модуля викладач виставляє **окремо** бали за: 1) аудиторну роботу, 2) виконання однієї обов'язкової позааудиторної самостійної роботи з обраної здобувачем теми – як середнє значення усіх поточних оцінок з кожного виду роботи здобувача вищої освіти з округленням до цілого числа. Ці оцінки помножуються на **2 (10 x 2 = 20)**. Таким чином, сума балів (**максимум 20+20=40**) за зазначені види роботи накопичується в рейтинговому “кошику” здобувача вищої освіти. У кінці вивчення навчального матеріалу модуля викладач виводить також середнє значення всіх поточних оцінок за виконання студентом додаткових завдань (*доповідь у формі мультимедійної презентації, творче завдання у формі есе*) (**максимум 10 балів**). Визначений середній бал за виконання додаткових завдань додається до попередньо зароблених балів. Сума балів за названі види роботи (**максимум 20+20+10=50**) є рейтинговим балом здобувача вищої освіти за роботу протягом семестру.

Невиконання завдань самостійної роботи, невідвідування семінарських та практичних занять позначаються “0” балів.

### Критерії оцінювання роботи здобувача вищої освіти на семінарському занятті

Максимальна кількість балів, яку здобувач вищої освіти може заробити за різні види роботи під час одного семінарського заняття становить 10 балів.

№ з/п	Види роботи студента на семінарському занятті	Кількість балів	Критерії оцінки
1.	Відповідь на семінарі з основних питань обговорення теми	9-10	Правильна, ґрунтовна, повна відповідь, творче висвітлення проблем
		7-8	Правильна, але недостатньо повна, розгорнута та ґрунтовна
		4-6	Відповідь з порушенням логіки, не аргументована

		2-3	Відповідь з суттєвими помилками
		1	Відповідь що не відповідає змісту питання
		0	Неготовність здобувача вищої освіти до семінару, або відсутність здобувача вищої освіти на семінарі без поважної причини
2.	Активна участь у роботі семінару (доповнення, участь у обговоренні ключових питань теми)	8-9-10	Максимально висока активність, що свідчить про всебічну обізнаність з матеріалом
		5-6-7	Висока активність, що свідчить про фрагментарну обізнаність з матеріалом
		3-4	Середня активність, що свідчить про необізнаність з матеріалом
		1-2	Низька активність, що свідчить про не володіння матеріалом
		0	Неготовність здобувача вищої освіти до семінару, або відсутність здобувача вищої освіти на семінарі без поважної причини

### Критерії оцінювання позааудиторної самостійної роботи

дотримані всі вимоги до написання позааудиторної самостійної роботи: позначені проблема й обґрунтована її актуальність, зроблений аналіз різних точок зору на проблему й логічно викладена власна позиція, сформульовані висновки, тема розкрита повністю, витриманий обсяг, дотримані вимоги до зовнішнього оформлення, дані правильні відповіді на додаткові питання.	8-9-10 балів
дотримані основні вимоги до написання позааудиторної самостійної роботи, тема розкрита достатньо повно, витриманий обсяг, дотримані вимоги до зовнішнього оформлення. Водночас допущені деякі недоліки: не обґрунтовано актуальність теми, сформульовані висновки не чіткі, наявні певні неточності у викладенні матеріалу.	6-7 балів



значне недотримання вимог до написання позааудиторної самостійної роботи. Зокрема: тема розкрита лише частково, допущені фактичні помилки в змісті позааудиторної самостійної роботи, відсутній висновок, не витриманий обсяг самостійної роботи; є недоліки в оформленні.	3-4-5 балів
тема позааудиторної самостійної роботи не розкрита, виявляється істотне нерозуміння проблеми, не витриманий обсяг самостійної роботи; самостійна робота оформлена не правильно.	1-2 балів
Невиконання здобувачем вищої освіти позааудиторної самостійної роботи	0 балів

### *Модульна контрольна робота*

Модульна контрольна робота є складником семестрового рейтингу. Наприкінці семестру всі здобувачі вищої освіти виконують модульні контрольні роботи з усіх дисциплін.

До кожного варіанта модульної контрольної роботи входить по три питання, що відповідають репродуктивному (рівень А), алгоритмічному (рівень В) й творчому (рівень С) рівням складності.

### *Зразок модульної контрольної роботи*

#### **Варіант № 6**

- Міжнародні акти, що регулюють туристичну діяльність (Рівень А).  
*Максимальна кількість балів – 10.*
- Культура обслуговування в туризмі (Рівень В).  
*Максимальна кількість балів – 15.*
- Проаналізуйте особливості персональних продаж у сфері надання турпослуг (Рівень С).  
*Максимальна кількість балів – 25.*

#### **Критерії оцінювання модульної контрольної роботи:**

**Питання репродуктивного рівня (рівень А).** Максимальна кількість балів – 10.

**9-10 балів** – виставляються за бездоганну відповідь.

**6-7-8 балів** – виставляються за повну відповідь, але в ній допущені деякі неточності, що не мають істотного значення.

**4-5 балів** – виставляються за неповну відповідь, в якій багато неточностей.

**1-2-3 бали** – виставляються за схематичну відповідь, в якій багато фактологічних помилок.

**0 балів** – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдання.

**Питання алгоритмічного рівня (рівень В).** Максимальна кількість балів – 15.

**13-14-15 балів** – виставляються за умови досконалого орієнтування у змісті понять, що висвітлюються, безпомилкового знання фактологічного матеріалу.

**10-11-12 балів** – виставляються за умови в цілому правильного висвітлення питання.

**7-8-9 балів** – виставляються за умови загального орієнтування в змісті проблеми.

**3-4-5-6 балів** – виставляються за умови неповного, поверхового розкриття змісту проблеми.

**1-2 бали** – виставляються за умови загального орієнтування в змісті проблеми з суттєвими помилками її розкриття.

**0 балів** – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдання.

**Питання творчого рівня (рівень С).** Максимальна кількість балів – 25.

**22-23-24-25 балів** – виставляються за вичерпну, змістовну, логічну та послідовну за викладом відповідь, що містить самостійні судження та демонструє здатність творчого розв'язання поставлених завдань.

**18-19-20-21 балів** – виставляються за вичерпну, змістовну, логічну та послідовну за викладом відповідь.

**14-15-16-17 балів** – виставляються за умови, що відповідь правильна, змістовна, послідовна, але містить незначні недоліки у викладі теоретичного підґрунтя.

**10-11-12-13 балів** – виставляються за умови, що відповідь правильна, але містить незначні недоліки, рівень самостійності в судженнях недостатній.

**6-7-8-9 балів** – виставляються за умови, що відповідь неповна, схематична; рівень самостійності в судженнях недостатній.

**3-4-5 балів** – виставляються за умови, якщо у відповіді є неточності та помилки у розкритті проблеми; рівень самостійності в судженнях недостатній.

**1-2 бали** – виставляються за умови, відсутності вичерпної відповіді на питання; наявності значної кількості неточностей і фактологічних помилок, що свідчить про поверховість знань студента.

**0 балів** – виставляються за відсутності відповіді, або за відповідь, що не відповідає змісту завдань.

Модульна контрольна робота виконується протягом двох академічних годин (1 година 20 хвилин)). Максимальний рейтинг здобувача вищої освіти за виконання модульної контрольної роботи становить 50 балів.

## *Підсумковий контроль*

### **Залік**

**Умови допуску до семестрового заліку.** При розв'язанні питання про допуск здобувачів вищої освіти до заліку з дисципліни «Технологія продажів у туризмі» враховується виконання ними вимог навчального плану і графіка навчального процесу. Здобувачі вищої освіти мають відпрацювати всі пропущені аудиторні заняття з дисципліни «Туристично-краєзнавчий практикум». Здобувач вважається **допущеним до семестрового заліку**, якщо він **виконав усі види робіт**, що передбачені робочою програмою дисципліни.

Оцінка в національній шкалі (“зараховано”, “не зараховано”) та оцінка в шкалі ЄКТС виставляються на підставі семестрового рейтингового бала здобувача вищої освіти за дисципліну таким чином:

<b>90 – 100 балів</b>	–	<b>A</b>	}	<b>зараховано</b>
<b>82 – 89 балів</b>	–	<b>B</b>		
<b>75 – 81 бал</b>	–	<b>C</b>		
<b>66 – 74 бали</b>	–	<b>D</b>		
<b>60 – 65 балів</b>	–	<b>E</b>		
<b>59 балів і нижче</b>	–	<b>FX – не зараховано.</b>		

Здобувачі вищої освіти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **60 і вище**, отримують оцінку “**зараховано**” і відповідну оцінку в шкалі ЄКТС без складання заліку.

Здобувачі вищої освіти, які мають семестровий рейтинговий бал з дисципліни **59 і нижче**, складають залік і в разі успішного складання їм виставляється оцінка “**зараховано**” в національній шкалі, а в шкалі ЄКТС – **E** та бал **60**. Якщо здобувач під час заліку отримав оцінку “**не зараховано**”, то йому у відомість обліку успішності виставляється оцінка “**не зараховано**” в національній шкалі, оцінка **FX** – у шкалі ЄКТС та його семестровий рейтинговий бал за дисципліну.

**9. Навчально-тематичний план дисципліни  
«Технологія продажів в туризмі»**

№ П/ П	№ і назва теми (включно із темами, що винесені на самостійне опрацювання)	Кількість годин			
		Денна форма здобуття освіти			
		Разом	зокрема		
лекції	семінарські заняття		самостійна робота		
<b>Модуль 1</b>					
<b>Змістовий модуль 1. Особливості технології продажів в туризмі.</b>					
1.	<b>Тема 1.</b> Особливості продажу туристичних послуг.	14	4	2	8
2.	<b>Тема 2.</b> Специфіка туристичних послуг як товару.	14	2	4	8
3.	<b>Тема 3.</b> Методи продажу туристичних послуг.	12	2	2	8
4.	<b>Тема 4.</b> Моделі поведінки споживачів.	14	4	2	8
5.	<b>Тема 5.</b> Основи продажів туристичного продукту.	12	2	2	8
6.	<b>Тема 6.</b> Технологія особистісних продажів у туристській індустрії.	14	4	2	8
7.	<b>Тема 7.</b> Інноваційні технології в системі продажу туристичних послуг.	12	4	2	6
	Разом годин за модулем 1	90	20	16	54
	Усього годин	90	20	16	54

**10. Рекомендована література:**

**Базова:**

1. Афонченкова Т.М., Булюк О.В., Масенко Б.П., Панченко Ю.В., Федотова Н.В. Менеджмент і маркетинг туризму: навч.посібник за ред. О.Є.Лугініна. Київ, 2016, 364 с.
2. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення тур. продукту. Київ : Альтерпрес, 2004. 288 с.

3. Білоусов О.М., Лугінін О.Є., Морозова О.С., Соколова Л.В. Менеджмент туристичної галузі. Підручник. Херсон : «Олді+», 2020. 580 с.
4. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посібник. Київ : Кондор, 2012, 436 с.
5. Мальська М., Організація та планування діяльності туристичних підприємств. Посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2019. 248 с.

#### **Додаткова:**

1. Ілляшенко С. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : монографія. Суми: Університет. кн., 2008. 615 с.
2. Музичка Є. О. Управління збутовою діяльністю туристичних підприємств: автореф. ... канд. екон. наук 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами екон. діяльності). Київ, 2015. 25 с.
3. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: Навчальний посібник. Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.
4. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навчальний посібник. Київ : Атіка, 2006. 264 с.

#### **11. Інформаційні ресурси:**

1. Законодавство України [URL:http://www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
2. Державний комітет статистики України [URL:http://www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

#### **12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання якого передбачає навчальна дисципліна**

Мультимедійне обладнання; програми Microsoft Word, Microsoft Power Point, додатки платформи для дистанційного навчання Microsoft Office 365.