

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЗЕМЛЕВПОРЯДКУВАННЯ ТА ТУРИЗМУ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ**



СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

«ТЕХНОЛОГІЯ ПРОДАЖІВ У ТУРИЗМІ»

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ:

Рівень вищої освіти – Перший (бакалаврський) рівень

Ступінь вищої освіти – Бакалавр

Галузь знань - 24 Сфера обслуговування

Спеціальність – 242 Туризм і рекреація

Освітньо-професійна програма – «Туризм і рекреація»

Кількість кредитів – 4

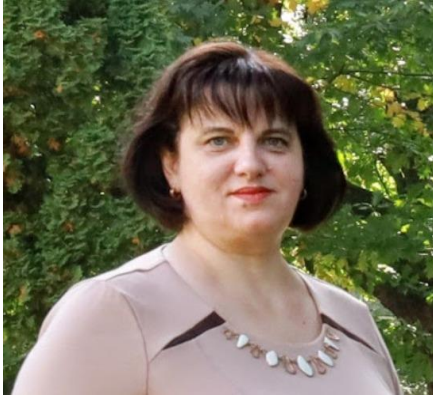
Рік підготовки – 3, семестр – 6

Компонент освітньо-професійної програми – обов'язковий, професійний.

Дні занять – відповідно до розкладу занять у ЛНУП.

Консультації – онлайн і офлайн відповідно до графіку консультацій кафедри.

Мова викладання – українська.



Березівська Оксана Йосипівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму.

Контактна інформація:

Адреса: 80381, вул. В. Великого, 1,
м. Дубляни, Львівський район, Львівська область.

e-mail: berezivskaoj@lnup.edu.ua

Телефони: мобільний +38-067-800-78-31.

Викладачка з 20-річним досвідом, авторка та співавторка близько 38 наукових статей, 6 наукових монографій, 40 тез конференцій, 37 навчально-методичних розробок.

Читає освітні компоненти: Управління проєктами в туризмі, Сервісологія, Технологія продажів у туризмі, Поведінка споживача.

Наукові інтереси: дослідження теоретичних, методичних та прикладних аспектів створення та ефективного функціонування підприємств індустрії гостинності та сфери туризму.

Анотація освітнього компонента. «Технологія продажів у туризмі» передбачає вивчення формування системи продажу; теоретико-методологічних аспектів організації продажу; розробки інформаційного та процедурного забезпечення управління продажами, підходів проведення аналізу витрат системи продажу, ефективної взаємодії туроператорів та турагентів зі своїми покупцями.

Освітній компонент «Технологія продажів у туризмі» є обов'язковим і належить до циклу професійної підготовки за освітньою програмою “Туризм і рекреація” спеціальності 242 Туризм і рекреація галузі знань 24 Сфера обслуговування, який викладається в 6 семестрі в обсязі 4 кредити. Підсумковий контроль – екзамен.

Метою освітнього компонента є формування у здобувачів системи знань та основних навиків організації процесу продажів туристичного продукту та комунікації, що впливають на прийняття остаточного рішення про придбання туристичного продукту..

Завдання освітнього компонента - оволодіння новими технологіями по просуванню і організації продажів туристичного продукту; ознайомлення з психологічними і технологічними основами роботи з клієнтами; розробка інформаційного та процедурного забезпечення управління продажами, підходів проведення аналізу витрат системи продажів..

Формат освітнього компонента – проведення лекцій і практичних занять та консультацій для кращого розуміння тем; виконання самостійної роботи здобувачами; проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів і семінарів).

В карантинних умовах COVID-19 та воєнного стану в Україні допускається проведення лекцій і практичних занять у дистанційній формі з використанням платформ: Moodle, Microsoft Teams, Zoom, Skype, Viber.

Освітній контент

№	Теми	Результати навчання
1	Теоретичні основи управління продажами.	<p>Знати :</p> <ul style="list-style-type: none"> • теоретичні та практичні основи технології продажу туристичних послуг; • класифікацію потреб туристів; • туристичні мотивації та їх вплив на технологію продажу; • особливості взаємодії з клієнтами; • чинники, що впливають на купівельну поведінку; • як оптимізувати процес прийняття рішення споживачем; <p>Вміти :</p> <ul style="list-style-type: none"> • виявляти мотиви клієнтів до покупки, розуміти їх потреби, презентувати турпродукт, аргументовано переконувати, вести переговори; • ефективно презентувати та кваліфіковано продавати туристичний продукт; • здійснювати творчий пошук напрямів і резервів удосконалення процесів і методів продажу туристичного продукту.
2	Ринок туристичних послуг	
3	Основи продажу туристичного продукту.	
4	Інформаційне забезпечення управління продажами.	
5	Технологія особистісних продажів у туристській індустрії	
6	Електронна дистрибуція у туристичному та готельному бізнесі	
7	Робота із запереченнями і сумнівами клієнта компанії індустрії туризму	
8	Післяпродажне обслуговування. Робота зі скаргами клієнтів	

Формування програмних компетентностей

Інтегральна компетентність:

ІК. Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності:

К08. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій.

К09. Вміння виявляти, ставити і вирішувати проблеми.

K12. Навички міжособистісної взаємодії.

K14. Здатність працювати в команді та автономно.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

K15. Знання і розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

K20. Розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного).

K21. Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту

K24. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал.

K25. Здатність використовувати в роботі туристичних підприємств інформаційні технології та офісну техніку.

K26. Здатність визначати індивідуальні туристичні потреби, використовувати сучасні технології обслуговування туристів та вести претензійну роботу.

Програмні результати навчання:

ПР01. Знати, розуміти і вміти використовувати на практиці основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів.

ПР06. Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.

ПР07. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

ПР09. Організовувати процес обслуговування споживачів туристичних послуг на основі використання сучасних інформаційних, комунікаційних і сервісних технологій та дотримання стандартів якості і норм безпеки.

ПР10. Розуміти принципи, процеси і технології організації роботи суб'єкта туристичного бізнесу та окремих його підсистем (адміністративно-управлінська, соціально-психологічна, економічна, техніко-технологічна).

ПР12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі споживачами туристичних послуг.

ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

Перелік соціальних, універсальних, “м'яких” навичок (soft skills)

1. допитливість – відбувається під час засвоєння теоретичного матеріалу та здійснення самостійної роботи з метою розширення знань з освітнього компонента;

2. наполегливість – проявляється під час виконання практичних робіт та індивідуальних завдань;

3. уміння працювати в команді - вміння слухати і поєднувати власні амбіції із колективною справою, вміння переконувати і знаходити компроміс, застосовується під час дискусійних обговорень, в ділових іграх, при опрацюванні практичних кейсів;

4. відповідальність – почуття обов’язку перед одногрупниками, необхідність пояснити причини невиконання чи невчасного виконання завдання та шляхи виправлення ситуації;

5. креативність, критичне мислення – вміння знаходити нестандартні нові рішення знайомих ситуацій, розуміння, аналіз, пошук вирішення актуальних проблем у розрізі освітнього компонента та висвітлення результатів під час занять, участь в конференціях і круглих столах, наукові публікації;

6. системне мислення – вміння планувати, ставити поточні та кінцеві цілі та реалізовувати їх, аналізувати складні ситуації, знаходити оптимальне рішення;

7. робота з інформацією – вміння збирати, аналізувати й оцінювати нову інформацію, задавати потрібні питання; орієнтуватися у широкому інформаційному полі сучасного світу.

Форми та методи навчання.

Лекційні заняття обов’язково супроводжуються мультимедійною презентацією і відбуваються у таких формах: лекція-діалог (лекція-бесіда), лекція-візуалізація, лекція-дискусія, проблемна лекція, лекція із запланованими помилками тощо. Практичні та семінарські заняття відбуваються у таких формах: робота в групах, мозкова атака, презентація, ділова гра, семінар-дискусія і т.д.

Стейкхолдери, практики, представники туристичного бізнесу, фахівці, залучені до викладання освітніх компонентів.

До викладання освітнього компонента долучаються представники органів державної виконавчої влади в галузі туризму і рекреації, державних та приватних туристичних підприємств, туристичних кластерів, операторів, національних парків, підприємств готельно-ресторанного бізнесу, за участю яких проводяться так звані гостьові та виїзні заняття.

Остаточна оцінка розраховується наступним чином:

Види оцінювання	Кількість балів
Тема 1. Теоретичні основи управління продажами.	6
Тема 2. Ринок туристичних послуг.	6
Тема 3. Основи продажу туристичного продукту.	6
Тема 4. Інформаційне забезпечення управління продажами.	7
Тема 5. Технологія особистісних продажів у туристській індустрії.	6
Тема 6. Електронна дистрибуція у туристичному та готельному бізнесі.	6
Тема 7. Робота із запереченнями і сумнівами клієнта компанії індустрії туризму.	6
Тема 8. Післяпродажне обслуговування. Робота зі скаргами клієнтів.	7
Екзамен	50
Разом	100 балів

Підсумкова оцінка з освітнього компонента «Технологія продажів у туризмі» виставляється за 100-бальною шкалою з наступним переведенням у

національну шкалу та шкалу ЄКТС відповідно до Положення про критерії оцінювання знань та вмінь студентів Львівського національного університету природокористування.

Порядок переведення оцінок у систему ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90 - 100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
75-81	C		
64-74	D		
60-63	E	задовільно	не зараховано
35-59	FX	незадовільно	
0-34	F		

Методи контролю та оцінювання.

1. Усне опитування (фронтальне, індивідуальне, детальний аналіз відповідей здобувачів).

2. Письмова аудиторна та позааудиторна перевірка (письмове опитування, підготовка різних відповідей, рефератів, підготовка презентацій; написання та опублікування тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів, контрольні роботи (з конкретних питань тощо).

3. Практична перевірка (проведення опитування, здійснення моделювання ситуацій, складання моделей, виконання практичного завдання, аналіз виробничої інформації і т. д.).

4. Стандартизований контроль (тести, письмовий екзамен).

5. Самоконтроль (самооцінка здобувача вищої освіти якості засвоєного навчального матеріалу з освітнього компонента в цілому, змістовного модуля чи окремої теми на основі передбачених у методичних рекомендаціях питань для самоконтролю).

6. Самооцінка (передбачає критичне ставлення здобувача до своїх здібностей і можливостей, об'єктивне оцінювання досягнутих результатів).

Види контролю: поточний контроль, проміжний контроль та екзамен.

Академічна політика освітнього компонента.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в онлайнформаті за погодженням із деканом і лектором. Усі види робіт з освітнього компонента необхідно виконати і захистити у вказані терміни. Організація та проведення навчального процесу в університеті регулюється Положенням про організацію освітнього процесу у Львівському національному університеті природокористування.

Здобувачі, які пропустили заняття з поважної причини, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка консультацій викладача. Роботи, які здаються і захищаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів). Перескладання проміжних модулів відбувається за наявності поважних причин (наприклад,

лікарняний). Процедура відпрацювання пропущених занять регулюється **Положенням про порядок відпрацювання студентами Львівського національного університету природокористування пропущених лекційних, практичних, лабораторних та семінарських занять.**

Жодні форми порушення академічної доброчесності не допускаються. Здобувачам варто бути толерантними, поважати чужу думку. Заперечення необхідно формулювати в коректній формі. Не допускаються підказування і списування під час здачі самостійних робіт і проміжного контролю, копіювання вирішених завдань іншими особами. Мобільні пристрої під час проведення аудиторних занять дозволяється використовувати лише з дозволу викладача. Політика щодо академічної доброчесності побудована на основі **Положення про академічну доброчесність у Львівському національному університеті природокористування.**

Пріоритетними у діяльності ЛНУП є заходи щодо запобігання, виявлення та усунення або мінімізації корупційних ризиків, які встановлює **Антикорупційна програма Львівського національного університету природокористування.**

Плагіат та інші форми нечесної роботи неприпустимі. В університеті діє чітка процедура антиплагіатної перевірки, що регулюється **Положення про систему виявлення та запобігання академічному плагіату у Львівському національному університеті природокористування за допомогою антиплагіатної інтернет системи (програмно-обчислювального комплексу) StrikePlagiarism.**

Епідемія коронавірусу та російсько-українська війна стали випробуванням для освіти, тому під час навчання активно проводиться дистанційне навчання з використанням різноманітних платформ для виготовлення цифрового навчального контенту та онлайн взаємодії. Зокрема: Платформа Moodle, Платформа Google Classroom, Zoom, Skype, Viber. Політика щодо умов організації освітнього процесу в умовах пандемії регулюється **Тимчасовим положенням про організацію освітнього процесу в умовах пандемії, зумовленої COVID-19 у Львівському національному університеті природокористування.**

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основний

1. Кондратюк І. В., Малініна М. Я. Професійні продажі: навч. посібник. Івано-Франківськ: «Лілея НВ», 2015. 192 с.
2. Герасименко В. Г., Галасюк С. С. Організація надання туристичних послуг : навчальний посібник. Одеса : Атлант, 2014. 242 с.
3. Пилипчук В. П., Данніков О.В. Управління продажем: навч. посіб. К. : КНЕУ, 2011. 627 с.

Допоміжний

1. Барлоу Дж., Меллер К. Скарга – це подарунок. Як зберегти лояльність клієнтів / Дж. Барлоу, К. Меллер. К.: Наш формат, 2018. 280 с.

2. Березівська О.Й., Тенденції розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні. Вчені Львівського національного університету природокористування виробництву: каталог інноваційних розробок; за заг. ред. В. І. Лопушняка, Б. І. Гулько. Вип. 24. Львів: Львів. нац. ун-т. природокористування. 2024.
3. Березівська О.Й., Дидів І.Б. Сучасні умови розвитку готельно-ресторанної галузі України як основної складової готельної індустрії . Управління розвитком соціально-економічних систем: Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 21-22 березня 2024 року). Харків: ДБТУ. Ч. 1. 2024. С.635-638
4. Березівська О.Й. Напрями розвитку внутрішнього туризму. Використання й охорона земельних ресурсів та туристично-рекреаційний потенціал територій: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. (Дубляни, 17 травня 2023 р.) Львів, 2023. С.147-148.
5. Березівська О. Й. Сучасні тенденції розвитку галузі туризму у Львівській області. Вчені Львівського національного університету природокористування виробництву: каталог інноваційних розробок; за заг. ред. В. В. Снітинського, Б. І. Гулько. Вип. 23. Львів: Львів. нац. ун-т. природокористування. 2023.
6. Дидів І. Б., Березівська О. Й. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного господарства. Стратегічні пріоритети розвитку соціально-економічних систем у контексті сучасного наукового виміру: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 27 жовтня 2023 р). Полтава: Видавництво ПП «Астроя». 2023. С.217-220.
7. Дидів І., Березівська О. Туристично-рекреаційний потенціал санаторно-курортних закладів Львівщини. Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування. Сучасні тенденції та стратегії розвитку туристичної галузі: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів 27-28 квітня 2023 року). Львів: ННВК, 2023
8. Березівська, О. Й., Герасименко О. В., Богайчук В. О.. «Економічна географія сталого туризму: можливості та виклики для розвитку регіонів». Академічні візії, вип. 37, Листопад 2024, <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1607>.
9. Богатирьова, Г. А., Березівська О. Й.. «Відновлення туристичної інфраструктури після кризи: виклики та перспективи розвитку туризму в Україні». Академічні візії, вип. 38, Грудень 2024, <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/1606>
10. Карп В. Нейромаркетинг/ В. Карп. К.: Vadex, 2021. 192 с
11. Рекхем Н. Техніка продажу SPIN. Як не прогавити великого клієнта/ Н. Рекхем. К.: Наш формат, 2019. 248 с.
12. Яннаріно Е. Інструкція ефективного продавця. Мистецтво завершення угод/ Е. Яннаріно. К.: Наш формат, 2020. 192 с.
13. Каплунов Д. Нейрокопірайтинг. / Пер. з рос. Р. Трифонов. Харків: Вид-во «Ранок»: Фабула, 2018. 352 с.
14. Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія / авт. кол. : М. А. Окландер, Т. О. Окландер, О. І. Яшкіна та ін. за заг. ред. М. А. Окландера. Одеса : Астропринт, 2017. 292 с.

15. Berezivska O. Y. Ecological and economic trends in the development of the tourist infrastructure of the Lviv region. XII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств». Проблематика 2023: «Функціонування сільськогосподарських підприємств на засадах циркулярної економіки»: матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції, ЛНУП. Дубляни, 6-7 червня 2023 р.; за ред. проф. Г. В. Черевка. Львів: Галицька видавнича спілка 2023. С. 20 – 23.
16. Semyanchuk, P., Berezivska, O., Dydiv, I., Lisovskyi I., Nesteruk A. (2023). Formation of a financial mechanism of public-private partnership in the field of tourism under war conditions.. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice, 6(53), 348–362. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.6.53.2023.4225> (Web of Science/ Scopus).

Інтернет-ресурси

1. Аналітика ринків - Trends.google.com, marketfinder.thinkwithgoogle.com
2. Аналітичні інструменти компанії Google - Google analytics, Google ads , Google searchconsole
3. Інформаційні технології в управлінні продажами туристичних продуктів. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ru/article/id-3573/>
4. Управління продаже продукції. URL: <http://www.economy-confer.com.ua/fullarticle/2435/>
5. Управління продажами: як ефективно закривати угоди. URL: <https://www.seotm.com/ua/blog/kak-jeffektivno-zakryvat-sdelki.html>
6. Формування каналів збуту туристичних послуг. URL: <http://infotour.in.ua/kvartalnov5-4.htm>
7. CRM система для туризму. URL: <http://uk.crm-magerp.com/crm-for-tourism>
8. Tourism Trends and Marketing Strategies UNWTO. URL:<http://mkt.unwto.org/ru/barometer>