



**Силабус**  
освітньої компоненти  
**ПСИХОЛОГІЯ ПРОДАЖУ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ**  
2023-2024 навчальний рік

*Освітня програма*  
*Спеціальність*  
*Галузь знань*  
*Рівень вищої освіти*

**Менеджмент**  
**073 Менеджмент**  
**07 Управління та адміністрування**  
**перший (бакалаврський)**

<b>Викладач</b>	ОРГІЄЦЬ Оксана Миколаївна
<b>Посилання на сайт</b>	
<b>Контактний тел.</b>	050-45-43-680
<b>E-mail викладача:</b>	orgiets.oxana@gmail.com
<b>Графік консультацій</b>	Індивідуально із застосуванням дистанційних технологій

**Обсяг курсу на поточний навчальний рік:**

Кількість кредитів/ годин	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	звітність
3/180	12	12	154	залік

**Семестр: I**

**Мова навчання:** українська

**Ключові слова:** психологія продажів, психологічний контакт, психологічний клімат, потреби туристів, аргументи покупки туристичного продукту, усунення заперечень

**Мета курсу** – сформувати у студентів основи психологічних знань з теоретичних основ продажу туристичних продуктів, освоєння та відпрацювання технологій продаж у туризмі, психології взаємовідносин турагент-клієнт, оволодіння прийомами та техніками виявлення побажань туристів, їх обслуговування.

**Предметом** вивчення є психологічні прийоми та методи впливу на потенційних клієнтів туристичної сфери задля продажу туристичних продуктів.

**Зміст курсу:** Основні терміни психології продаж туристичних продуктів. Людський чинник у сфері продаж. Критерії якісної роботи менеджера сфери туризму. Менеджерські якості у сфері продаж. Елементи зовнішнього іміджу туристичної фірми. Оформлення офісу: робоча зона, зона неформального спілкування, кабінет менеджера, дизайн. Підвищення статусу туристичної фірми. Зовнішній вигляд співробітників. Сприятливий психологічний клімат. Психологічні прийоми привернення уваги клієнта за Д. Карнегі. Приємне враження про менеджера. Правила використання компліментів. Довіра у клієнта, шляхи досягнення стану рапорту. Типи клієнтів туристичних фірм. Внутрішній стан клієнта (визначення за інтонацією, гучністю та швидкістю мови, висоти та забарвлення голосу, диханням клієнта). Клієнти з невираженими потребами. Прийоми привернення уваги клієнтів. Перешкоди на шляху до реалізації туристського продукту. Фокусування уваги клієнтів. Способи прискорення продажів турпродуктів. Психологічний контакт. Прийом та виявлення потреб туристів. Фактори, які впливають на обслуговування клієнтів при купівлі туристичних продуктів. Вміння менеджера слухати. Основні пастки під час слухання. Види слухання. Чинники туристської мотивації. Технології конструювання питань. Ступінь використання різних запитань при обслуговуванні клієнтів в офісі туристичної фірми. Основні аргументи покупки туристичного продукту: міркування безпеки, економія коштів, новизна та оригінальність маршруту, комфортність,

престижність, популярність туру та вірність традиціям. Техніки навіювання: створення яскравих картин подорожі, довгі фрази, думка про ідеальність вибору. Методи презентації турпродукту. Фактори заперечень туристичних продуктів. Способи усунення заперечень, представлення аргументів, заміна своїми варіантами. Прискорення процесу прийняття рішення, поступки клієнтам. Продаж та наступний контакт з клієнтами. Значення ораторського мистецтва. Основи майстерності оратора. Психологія особистих ораторських здібностей менеджера туристичної сфери. Характеристиками індивідуальних мовних типів. Принципи подолання конфліктів. Алгоритм і часова структура вирішення конфлікту: прояснення та визначення проблеми, аналіз проблеми та виявлення причин конфлікту. Вирішення конфлікту, оцінка, вибір та ухвалення рішення, реалізація спільного рішення. Головні прийоми вирішення конфліктів у туристичній агенції. Техніки продаж в залежності від видів туристичних турів. Прийоми нейролінгвістичного програмування, його види.

**Індивідуальна робота здобувачів вищої освіти з освітньої компоненти "Розвиток гастрономічного туризму"** враховує підготовку виступів з висновками і особистими міркуваннями, виконання додаткових практичних завдань. Презентація та обговорення проєктів та додаткових завдань відбувається на практичних заняттях, що поширює знання здобувачів вищої освіти по окремим теоретичним і практичним питанням просторового планування. Крім того, об'єктом індивідуальної роботи є матеріал, який не може бути опрацьований на практичних заняттях з причин обмеженого часу аудиторних занять. Індивідуальне письмове завдання у вигляді реферату або аргументованого есе (max 4 бали) виконується за бажанням студента. Темі рефератів, есе та тез на вибір студента зазначені у планах практичних завдань у розділі «Індивідуальне письмове завдання». Гранична кількість індивідуальних письмових завдань – не більше 1 реферату та 1 есе за семестр. Усі письмові завдання подаються виключно через платформу Moodle. Індивідуальне дослідницьке завдання (ІДЗ) варто обрати тим, хто володіє базовими методами ведення наукових досліджень і прагне поглибити власні знання з управління. Тема ІДЗ обирається впродовж перших двох тижнів семестру з переліку запропонованих тем викладачем. Результати ІДЗ можуть стати основою для доповідей на студентських науково-практичних конференціях.

**Методи навчання:** Лекції, практичні заняття, навчальна гра, ситуаційні завдання, самостійна робота на основі розробленого для курсу комплексу навчально-методичних матеріалів та використання сучасних інформаційних, телекомунікаційних і управлінських технологій, науково-дослідна робота, методи активного навчання: вирішення ситуаційних задач (кейсів), робота в малих групах, презентація результатів роботи.

**Політика курсу (особливості проведення навчальних занять):**

- **Відвідування занять. Регуляція пропусків.** Інтерактивний характер курсу передбачає обов'язкове відвідування практичних занять. Студенти, які за певних обставин не можуть відвідувати практичні заняття регулярно, мусять впродовж тижня узгодити із викладачем графік індивідуального відпрацювання пропущених занять. Окремі пропущені завдання мають бути відпрацьовані на найближчій консультації впродовж тижня після пропуску. Відпрацювання занять здійснюється усно у формі співбесіди за питаннями, визначеними планом заняття. В окремих випадках дозволяється письмове відпрацювання шляхом виконання індивідуального письмового завдання. Студенти, які станом на початок екзаменаційної сесії мають понад 70% невідпрацьованих пропущених занять, до відпрацювання не допускаються.

- **Політика академічної доброчесності** Усі письмові роботи, що виконуються слухачами під час проходження курсу, перевіряються на наявність плагіату за допомогою

спеціалізованого програмного забезпечення UniCheck. Відповідно до чинних правових норм, плагиатом вважатиметься: копіювання чужої наукової роботи чи декількох робіт та оприлюднення результату під своїм іменем; створення суміші власного та запозиченого тексту без належного цитування джерел; рерайт (перефразування чужої праці без згадування оригінального автора). Будь-яка ідея, думка чи речення, ілюстрація чи фото, яке ви запозичуєте, має супроводжуватися посиланням на першоджерело.

Виконавці індивідуальних дослідницьких завдань обов'язково додають до текстів своїх робіт власноруч підписану Декларацію академічної доброчесності.

Роботи, у яких виявлено ознаки плагиату, до розгляду не приймаються і відхиляються без права перескладання. Якщо ви не впевнені, чи підпадають зроблені вами запозичення під визначення плагиату, будь ласка, проконсультуйтеся з викладачем.

Висока академічна культура та європейські стандарти якості освіти, яких дотримуються у БДПУ, вимагають від дослідників відповідального ставлення до вибору джерел. Посилання на такі ресурси, як Wikipedia, бази даних рефератів та письмових робіт (Studopedia.org та подібні) є неприпустимим. Рекомендовані бази даних для пошуку джерел:

Електронні ресурси Національної бібліотеки ім. Вернадського: <http://www.nbuv.gov.ua>

- **Використання комп'ютерів/телефонів на занятті** Використання мобільних телефонів, планшетів та інших гаджетів під час лекційних та практичних занять дозволяється виключно у навчальних цілях (для уточнення певних даних, перевірки правопису, отримання довідкової інформації тощо). Будь ласка, не забувайте активувати режим «без звуку» до початку заняття. Під час виконання заходів контролю (термінологічних диктантів, контрольних робіт, іспитів) використання гаджетів заборонено. У разі порушення цієї заборони роботу буде анульовано без права перескладання.

- **Комунікація.** Базовою платформою для комунікації викладача зі студентами є Moodle. Важливі повідомлення загального характеру – зокрема, оголошення про терміни подання контрольних робіт – регулярно розміщуються викладачем на форумі курсу. Для персональних запитів використовується сервіс приватних повідомлень. Відповіді на запити студентів подаються викладачем впродовж трьох робочих днів. Для оперативного отримання повідомлень про оцінки та нову інформацію, розміщену на сторінці курсу у Moodle, будь ласка, переконайтеся, що адреса електронної пошти, зазначена у вашому профайлі на Moodle, є актуальною, та регулярно перевіряйте папку «Спам». Якщо за технічних причин доступ до Moodle є неможливим, або ваше питання потребує термінового розгляду, направте електронного листа з позначкою «Важливо» на адресу [orgiets.oxana@gmail.ru](mailto:orgiets.oxana@gmail.ru). У листі обов'язково вкажіть ваше прізвище та ім'я, курс та шифр академічної групи.

**Технічне й програмне забезпечення/обладнання, наочність:** вивчення дисципліни передбачає використання мультимедійного обладнання, комп'ютерної техніки та пакетів прикладних програм Google, Microsoft Word, Moodle, Zoom.

Контроль досягнень здобувачів вищої освіти здійснюється у формі поточного та семестрового контролю.

Поточний контроль – здійснюється протягом семестру шляхом усного фронтального та індивідуального опитування на практичних заняттях, перевірки практичних завдань, самостійної роботи, індивідуальних завдань тощо. За змістом він включає перевірку ступеню засвоєння здобувачем вищої освіти навчального матеріалу, який охоплюється темою лекційного та практичного заняття, уміння самостійно опрацювати навчально-методичну

літературу, здатність осмислювати зміст теми, уміння публічно та письмово представити певний матеріал, а також виконання завдань самостійної роботи. Семестровий контроль – здійснюється у формі заліку відповідно до графіка освітнього процесу.

Система оцінювання та вимоги:

Вид робіт	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	Всього
Відповідь на практичному занятті	-	-	-	-	-	-	0-1	0-1	0-1	0-1	0-1	0-1	0-6
Виконання практичних завдань	0-4	0-4	0-4	0-4	0-4	0-4	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-5	0-54
Самостійна робота	0-2	0-2	0-2	0-2	0-2	0-2	0-2	0-2	0-2	0-2	0-2	0-2	0-24
Підсумкова атестація	0-3	0-3	0-3	0-3	0-3	0-3	0-3	0-3	0-3	0-3	0-3	0-3	0-16
Всього	0-9	0-9	0-9	0-9	0-9	0-9	0-11	0-11	0-11	0-11	0-11	0-11	0-100
Всього за курсом													0-100

### Шкала оцінювання

Оцінка за бальною шкалою, що використовується в Університеті	Оцінка за шкалою ЄКТС
90-100	A
78-89	B
65-77	C
58-64	D
50-57	E
35-49	FX (з можливістю повторного складання)
1-34	F (з обов'язковим повторним вивченням ОК)

### Список рекомендованих джерел

Основні	<p>1. ПСИХОЛОГІЯ ТУРИЗМУ (навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів) <a href="https://philpapers.org/archive/KRU-3.pdf">https://philpapers.org/archive/KRU-3.pdf</a></p> <p>2. Психологія продаж: як навчитися успішно продавати. <a href="https://www.calltouch.ru/blog/psihologiya-prodazh-kak-nauchitsya-uspeshno-prodat/">https://www.calltouch.ru/blog/psihologiya-prodazh-kak-nauchitsya-uspeshno-prodat/</a></p> <p>3. Психологія продажів: 5 принципів впливу Роберта Чалдіні. <a href="https://mobizon.ua/articles/psihologiya-prodazh-v-sms">https://mobizon.ua/articles/psihologiya-prodazh-v-sms</a></p> <p>4. Гасалюк С., Нездоймінов С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. Центр навчальної літератури, 2016. - 178 с.</p> <p>5. Лук'янов В., Мунін Г. Організація готельно-ресторанного обслуговування. URL: <a href="https://pidru4niki.com/1584072060336/turizm/organizatsiya_gotelno-restorannogo_obsługovuvannya">https://pidru4niki.com/1584072060336/turizm/organizatsiya_gotelno-restorannogo_obsługovuvannya</a></p> <p>6. Мальська М., Антонюк Н., Ганич Н. Міжнародний туризм та сфера послуг. URL: <a href="https://pidru4niki.com/1584072020999/turizm/mizhnarodniy_turizm_i_sfera_poslug">https://pidru4niki.com/1584072020999/turizm/mizhnarodniy_turizm_i_sfera_poslug</a></p> <p>7. Мальська М., Бордун О. Організація та планування діяльності туристичних підприємств. Центр навчальної літератури, 2019. - 248 с.</p> <p>8. ДСТУ 4269:2003 «Туристичні послуги. Класифікація готелів» [Чинний від 2004-07-01] Вид. офіц. Київ: Держстандарт України, 2004. 18 с</p>
Додаткові	<p>1. Психологія продаж: 25 ефективних методів впливу на покупця. <a href="https://sales-generator.ru/blog/psikhologiya-prodazh/">https://sales-generator.ru/blog/psikhologiya-prodazh/</a></p> <p>2. Психологія продажів ; Видавництво. Попурри ; Автор. Брайан Трейси ; Серія. Бізнес ; Рік. 2018 ; Мова. Російська.</p> <p>3. 5 СЕКРЕТІВ ПСИХОЛОГІЇ ПРОДАЖІВ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ КОНВЕРСІЇ <a href="https://marketer.ua/ua/discover-the-secrets-of-sales-psychology-to-increase-conversion/">https://marketer.ua/ua/discover-the-secrets-of-sales-psychology-to-increase-conversion/</a></p> <p>4. Психологія вибору в продажах. <a href="https://fractus.com.ua/uk/blog/korysni-statti/prodazhi/psihologiya-viboru-v-prodazhah/">https://fractus.com.ua/uk/blog/korysni-statti/prodazhi/psihologiya-viboru-v-prodazhah/</a></p>
Інтернет-ресурси	<p>1. Про туризм: Закон України. <i>Відомості Верховної Ради України</i> (ВВР), 1995, № 31, ст.24. Редакція від 16.10.2020. URL: <a href="https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text">https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text</a></p> <p>2. Асоціація індустрії гостинності України. URL: <a href="https://aigu.org.ua/">https://aigu.org.ua/</a></p> <p>3. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). URL: <a href="https://www.tourism.gov.ua/">https://www.tourism.gov.ua/</a></p>