ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01C1D2A6006DAF74904BDA5DFFC553A43E
Владелец: МВЕК
Действителен: с 16.12.2022 до 16.03.2024

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Высший инженерный колледж» (АНПОО «ВИК»)
Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: +7 (3412) 32-02-32. Тел./факс: 43-62-22. E-mail:mveu@mveu.ru, www.anogik.ru
ОКПО 43666726. ОГРН 1021801652927. ИНН 1833017258. КПП 183101001

СОГЛАСОВАНО
_____
_____
«30» 08 2020

УТВЕРЖДАЮ
Директор
_____ В.В.Новикова
«29» 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
профессионального модуля

ПМ.04 Продажи гостиничного продукта

основной профессиональной образовательной программы

для специальности

43.02.11 Гостиничный сервис

Ижевск, 2020 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО), 43.02.11 Гостиничный сервис

Организация разработчик:
Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Высший инженерный колледж»

Рабочая программа рассмотрена на ПЦК
Протокол № ____ «___»_____2020____ г.
Председатель ПЦК _____ /_____/
расшифровка подписи

СОДЕРЖАНИЕ

стр.

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ……..4

1.1. Область применения программы ……...4

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения модуля……..4

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение профессионального модуля……...5

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ…….....5

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ……...7

3.1. Тематический план профессионального модуля…….7

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю…….8

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ……19

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению……..19

4.2. Информационное обеспечение обучения……...19

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса……22

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса……...23

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)……24

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Прием, размещение и выписка гостей

1.1. Область применения примерной программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.11 Гостиничный сервис в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Продажи гостиничного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.
ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке. Опыт работы не требуется.

1.2. Цель и задачи профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:
- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулирования сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;
- участия в разработке комплекса маркетинга;

уметь:
- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;
- проводить сегментацию рынка;
- разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;
- оценивать эффективность сбытовой политики;
- выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;
- формулировать содержание рекламных материалов;
- собирать и анализировать информацию о ценах;

знать:

- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;
- гостиничный продукт; характерные особенности, методы формирования;
- особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;
- потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;
- методы изучения и анализа предпочтений потребителя;
- потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;
- последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;
- формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;
- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок;
- специфику рекламных услуг гостиниц и гостиничного продукта.

1.3. Рекомендуемое количество часов

Рекомендуемое количество часов на освоение профессионального модуля:
всего – 348 часов, в том числе:
максимальной учебной нагрузки обучающегося – 204 часа, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 136(28) часа;
самостоятельной работы обучающегося – 68(176) часов;
производственной практики – 144 час.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) Приемом, размещением и выпиской гостей, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1	Выявлять спрос на гостиничные услуги.
ПК 4.2	Формировать спрос и стимулировать сбыт.
ПК 4.3	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
ПК 4.4	Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой сены технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	**Наименования разделов профессионального модуля***	**Всего часов** *(макс. учебная нагрузка и практики)*	**Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)**					**Практика**	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося очно/заочно			**Самостоятельная работа обучающегося очно/заочно**		**Учебная,** часов	**Производственная (по профилю специальности),** часов *если предусмотрена рассредоточенная практика)*
			Всего, часов	**в т.ч. лабораторные работы и практические занятия,** часов	**в т.ч., курсовая работа (проект),** часов	**Всего,** часов	**в т.ч., курсовая работа (проект),** часов		
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
	МДК.04.01 Организация продаж гостиничного продукта	**204**	**136/28**	**82/18**		**68/176**			
ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3, ПК 4.4	**Раздел 1. Ведение процесса продаж гостиничных услуг**	**204**	**136/28**	**82/18**		**68/176**			
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	**144**							**144**
	Всего:	**348**	**136/28**	**82/18**		**68/176**			**144**

3.2. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов *очно*	Объем часов *заочно*	Уровень освоения
1	**2**	**3**	**4**	**5**
Введение		-		
Раздел 1. Ведение процесса продаж гостиничных услуг.		**136**	**28**	
МДК.02.01 Организация продаж гостиничного продукта.		**136**	**28**	
Тема 1.1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг.	**Содержание**	4		
	1. Тенденции развития мирового гостиничного рынка.			
	2. Развития индустрии гостеприимства в Российской Федерации.			
	Лабораторные работы			
	Практические занятия	4		3
	1. Анализ состояния предприятий гостиничного обслуживания на современном этапе развития рынка гостиничных услуг.			.
Тема 1.2 . Гостиничный продукт и его жизненный цикл.	**Содержание**	8		2
	1. **Характеристика гостиничного продукта.** Особенности гостиничного продукта Методы формирования гостиничного продукта Этапы формирования Уникальность гостиничного продукта.			
	2. **Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом.** Потребности и пожелания гостей. Маркетинговые мероприятия по формированию гостиничного продукта.			
	3. **Предпочтение потребителей.** Методы изучения предпочтений потребителей услуг. Анализ предпочтений потребителей.			
	Практические занятия	2	2	2
	1. Понятие жизненного цикла продукта.			
	2. Концепция жизненного цикла гостиничного продукта и его этапы.			
Тема 1.3. Особенности маркетинга гостиничных услуг.	**Содержание**	8		2
	1. **Классификация потребностей гостя.** Потребности человека, их структура. Основные системы классификации потребностей гостей. Гостиничный продукт как средство удовлетворения потребностей людей. Реализация концепции маркетинга в гостиницах.			
	2. **Сущность и содержание маркетинга гостиничных услуг.** Цели и задачи гостиничного маркетинга. Основные принципы маркетинга в гостиничном предприятии. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная.			

	3.	**Концепции и виды маркетинга.** Виды маркетинга (по видам деятельности, по типам рынка, в зависимости от масштабов рынка).			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		6	2	3
	1.	Особенности и методы формирования гостиничного продукта.			
	2.	Изучение потребностей и пожелания гостей.			
	3.	Проведение маркетинговых мероприятий по формированию гостиничного продукта.			
Тема 1.4. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.	**Содержание**		8		2
	1	**Исследование рынка**: понятие, цели, необходимость проведения. Направление исследований. Выявление спроса на гостиничные услуги.			
	2	**Этапы и правили проведения исследований рынка**. Источники и критерии отбора информации, способы ее получения. Выбор методов исследования потребителей гостиничного продукта. Анализ полученной информации, формирование выводов и рекомендаций для принятия решений в области организации продаж гостиничного продукта.			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		6		3
	1.	Проведение анализа спроса на гостиничный продукт.			
	2.	Критерии оценки качества гостиничного продукта как степень удовлетворения потребностей потребителя.			
	3.	Создание проекта программы исследования потребителей гостиничных услуг.			
Тема 1.5. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя.	**Содержание**		8		2
	1.	**Понятие запросов и предпочтений потребителя.** Понятие запросов и предпочтений потребителя в гостиничной индустрии.			
	2.	**Методы изучения и оценки (анализа) потребительских запросов и предпочтений.** Методы изучения потребительских запросов и предпочтений. Методы прогнозирования потребительских запросов и предпочтений.			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		4		3
	1.	Изучить и проанализировать предпочтения потребителей гостиничных услуг.			

Тема 1.6. Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения.	**Содержание**		8		2
	1.	**Факторы, оказывающие влияние на потребителей.** Потребительское поведение и целевые группы потребителей. Классификация факторов, обуславливающих поведение покупателей.			
	2.	**Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей.** Изучение и анализ системы ценностей потребителей.			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		10	2	3
	1	Маркетинг отношений с потребителями.			
	2	Методы измерения степени удовлетворения потребителя.			
	3	Выявление перспективных сегментов гостиничных услуг.			
	4	Целевые группы потребителей гостиничных услуг и разработать модель покупательского поведения для них.			
	5	Составить портрет потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками.			
Тема 1.7. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта.	**Содержание**		16		2
	1	**Сегментация рынка как метод изучения потребителей.** Цели, основные принципы и критерии сегментирования. Определение рыночного спроса.			
	2	**Выявление целевых покупательских сегментов.** Описание модели поведения целевых покупателей. Характеристика покупателей и процесс принятия решения о покупке гостиничного продукта.			
	3	**Позиционирование гостиничного продукта.** Специальные маркетинговые программы и технологии обслуживания. 4Р маркетинга. Маркетинг бренда.			
	4	**Конкурентный анализ**. SWOT-анализ.			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		10	2	3
	1	Параметры рыночного спроса.			
	2	Понятие бренда в маркетинге.			
	3	Составление SWOT-анализа на примере выбранного гостиничного предприятия.			
	4	Разработать гостиничные продукты в соответствии с предпочтениями целевых потребителей. Сформировать предложения по расширению ассортимента гостиничных услуг.			
	5.	Проведение сегментации рынка гостиничного продукта.			
Тема 1.8. Разработка комплекса маркетинга в сфере гостиничного хозяйства.	**Содержание**		20		2
	1	**Формирование товарной политики в гостиницах.** Маркетинговое понимание продукта. Основные рыночные характеристики товара; уровни товара; ассортимент товара; качество товара.			

	2	**Основные элементы комплекса маркетинга**: продукт, цена, сбыт, продвижение. Специфика использования комплекса маркетинга в гостиницах.			
	3	**Товарная политика гостиниц**. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Жизненный цикл гостиничных продуктов: этапы, маркетинговые мероприятия. Создание и ввод новых продуктов и услуг.			
	4	**Ассортиментная политика гостиницы.** Понятия ассортиментные группы и единицы гостиничных продуктов и услуг.			
	5	**Управление номенклатурой услуг в гостинице.** Методы управление номенклатурой услуг в гостинице. Анализ и управление текущим состоянием запасов по номенклатуре и ассортименту в гостинице.			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		4	2	2
	1	Ассортимент гостиничных услуг			
	2	Показатели качества гостиничных услуг			
Тема 1.9. Продажа услуг гостиницы.	**Содержание**		12		2
	1.	**Характеристика услуг гостиниц.** Номерной фонд, его структура. Управление номерным фондом. Дополнительные услуги гостиниц: платные, бесплатные. Организация и предоставление дополнительных услуг.			
	2	**Способы продаж гостиничных услуг**: прямые, косвенные. Оценка эффективности продаж. Роль персонала в продаже гостиничных услуг. Товарный знак. Формирование фирменного стиля.			
	3	**Каналы сбыта гостиничных услуг.** Система продвижения и каналы распределения основных дополнительных гостиничных услуг. Прямые продажи, агентские продажи гостиничных услуг.			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		8		2
	1.	Позиционирование гостиничных услуг			
	2.	Мини-конференция: Особенности личной продажи гостиничного продукта.			
	3.	Брифинг: Организация агентской продажи гостиничного продукта.			
	4	Мини-конференция: Методы обеспечения роста продаж гостиничного продукта. Оценка эффективности сбытовой политики гостиницы.			
Тема 1.10. Ценовая политика гостиницы.	**Содержание**		12		2
	1.	**Ценообразование гостиничного продукта**. Понятие цены на гостиничные услуги. Цена продукции и методы ее формирования: затратные, ценностные.			

	2.	**Эластичность спроса. Концепция эластичности спроса**: понятие эластичности; эластичность спроса; эластичность предложения. Управление ценами. Использование системы скидок, надбавок.			
	3.	**Ценовая стратегия гостиничного предприятия**. Понятие и виды издержек; издержки производства и пути их снижения.			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		6	2	3
	1.	Особенности ценообразования в гостинице.			
	2.	Знакомство с порядком применения скидок			
Тема 1.11. Средства формирования спроса и стимулирования сбыта.	**Содержание**		20		2
	1.	**Понятие о сбыте и сбытовой политике организации**. Понятие маркетинга сбыта гостиничного продукта; функции сбытового маркетинга; анализ практической ситуации.			
	2.	**Основные средства формирования спроса и стимулирования сбыта**: реклама, личные продажи, паблик рилейшнз, ярмарки и выставки. Специфика рекламы гостиничных услуг и продуктов. Характеристика средств распространения рекламы. Критерии выбора рекламных средств, в соответствии с целевым сегментом. Правила рекламы. Правовое регулирование рекламы. Бюджет рекламы. Эффективность рекламы.			
	3.	**Стратегии сбыта гостиничного продукта**. Виды стратегий сбыта; завоевание и удержание доли рынка; разбор практической ситуации.			
	4.	**Стимулирование спроса**: понятие, цели, методы. Паблик рилейшнз: понятие, цели, методы, средства. Техника личных продаж. Понятие рекламы; задачи и роль рекламы; типы рекламы; разработка рекламного объявления. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества, недостатки, специфика применения в гостиничном бизнесе.			
	5.	**Виды посредников в рынке гостиничных услуг**. Роль посредников в рынке гостиничных услуг: туроператоры, турагенства.			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		2		3
	1.	Проведение сбытовой политики гостиничного продукта. Составление анализа каналов сбыта гостиничных услуг.			

Тема 1.12. Специфика рекламы гостиничного продукта.	**Содержание**		6		2
	1.	**Фирменный стиль гостиничного предприятия**: понятие, составляющие элементы, пути формирования. PR: понятие, назначение, виды мероприятий.			
	2.	**Эффективность рекламы различных видов**. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		6	2	.
	1.	Разработка организационного построения службы маркетинга гостиницы. Установление основных компетенций сотрудников отдела маркетинга.			
	2.	Подготовка комплекса маркетинговых мероприятий для организации продаж, формирования спроса и стимулирования сбыта гостиничных услуг и продуктов.			
	3.	Анализ деловой ситуации			2
Тема 1.13. Конкурентоспособность гостиничных услуг.	**Содержание**		6		2
	1	**Методы оценки конкурентоспособности продукции**: понятие, критерии конкурентоспособности (цена, качество).			
	2	**Кокурентоспособность гостиничных предприятий**: качество гостиничных услуг и категоризация гостиничных предприятий. Проблемы поддержания качества услуг и конкурентоспособности гостиничных предприятий.			
	Лабораторные работы				
	Практические занятия		12	2	2,3
	1	Анализ конкурентной стратегии			
	2	Разработать комплекс мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничных услуг, рассчитав бюджет обозначенных мероприятий.			
	3	Мероприятия по улучшению организации продаж гостиничного продукта. Анализ техники продаж гостиничных услуг.	.		
	4	Мини-конференция: Лояльность клиентов турагентств и программа её			

		повышения			
	5	Мини-конференция: Лояльность клиентов туроператоров и программы её повышения.			
Самостоятельная работа при изучении ПМ. 04			**68**	**176**	2,3
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы - Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Составление словаря профессиональных терминов. - Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. - Самостоятельное изучение документации. ФЗ «О рекламе», написать требования к рекламе услуг. Выполнение заданий по теме: Составить список гостиниц г. Ижевска. Описать свои потребности по модели А. Маслоу. Мини-сочинение «Социально-экономическая значимость маркетинга в удовлетворении потребностей людей». Разработка ситуационных заданий по анализу потребительских предпочтений. Составить схему «Модель покупательского поведения». Разработать анкету для сегментирования покупательского рынка. Написать возможные типы позиционирования гостиничного продукта. Нарисовать графики жизненного цикла продукта по показателям объема продаж и прибыли во времени. Изучить примеры типовых анкет и методические указания по разработке анкет. Разработать анкету для изучения потребностей потребителей. Оформить таблицу «Характеристика методов маркетинговых исследований: достоинства и недостатки». Составить список источников информации для исследования потребителей гостиничных услуг. Составить схему организации прямых и косвенных продаж. Ответить на вопрос «Роль персонала в реализации гостиничных услуг». Предложить товарный знак и фирменный стиль для открывающейся гостиницы в г. Ижевске. Оформить таблицу «Методы ценообразования: достоинства, недостатки, область применения». Сравнить и проанализировать прейскуранты цен на гостиничные услуги в Ижевске. Заполнить таблицу «Сравнительная характеристика элементов маркетинговых коммуникаций: реклама, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта, личные продажи, ярмарки, выставки». Составить программу стимулирующих мероприятий, используемых в гостинице. Составить список пиар-акций для формирования имиджа гостиницы. Сравнить различные системы оценки качества гостиничных услуг. Определить способы противодействия снижению качества гостиничных услуг. Темы докладов: История развития гостиничного бизнеса в Ижевске. История развития маркетинга.					

Психологические модели покупательских мотиваций. Модели кросс-культурного поведения. Ценовая политика гостиничного предприятия. Виды посредников на рынке гостиничного продукта. Модели управления запасами. Телевизионный маркетинг. Темы рефератов: Позиционирование гостиничных продуктов, понятие, значение. Система социологических исследований в гостиничном бизнесе. Имидж организации. Использование приемов мнемоники при организации процесса продаж. Темы презентации: Уровни гостиничного продукта. Гостиничный продукт как комплекс услуг. Элементы фирменного стиля гостиницы. Факторы ценообразования в рынке гостиничных услуг. Виды цен. Формирование ценовой политики гостиничного предприятия. Соотношение «цена-качество. Формы продаж гостиничного продукта. Тенденции продаж в индустрии гостеприимства. Составление матрицы СВОТ-анализа. - Учебно-исследовательская работа. Темы для научно-исследовательской работы: Разработка ситуационных заданий по анализу потребительских предпочтений. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы. Проект на тему «Разработка плана маркетинга гостиничного предприятия»: 1. Провести маркетинговые исследования клиентов гостиницы с целью выявления целевых сегментов. 2. На основе полученных результатов разработать модель покупательского поведения клиентских сегментов 3. Сформировать предложения по расширению ассортимента гостиничных услуг в соответствии с полученными данными в ходе исследования. 4. Разработать комплекс мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничных услуг, рассчитав бюджет обозначенных мероприятий. 5. Подготовить предложения по улучшению организации продаж гостиничных продуктов и услуг в гостинице.			
Дифференцированный зачет по МДК.04.01 Продажи гостиничного продукта	2	2	
Производственная практика (по профилю специальности) **Виды работ** 1. Анализ состояния предприятий гостиничного обслуживания на современном этапе развития рынка гостиничных услуг. 2. Проведение анализа предпочтений потребителей. 3. Разработать анкету для изучения предпочтения потребителей. 4. Проведение маркетинговых мероприятий по формированию гостиничного продукта. 5. Создание проекта программы исследования потребителей гостиничных услуг. 6. Факторы, оказывающие влияние на потребителей. Проведение анализа спроса на гостиничный продукт. 7. Изучить и проанализировать предпочтения потребителей гостиничных услуг.	**144**	144	

8. Целевые группы потребителей гостиничных услуг и разработать модель покупательского поведения для них. 9. Составить портрет потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками 7213. 10. Разработать гостиничные продукты в соответствии с предпочтениями целевых потребителей. 11. Сформировать предложения по расширению ассортимента гостиничных услуг в соответствии с полученными данными в ходе исследования. 12. Проведение сегментации рынка гостиничного продукта. Решение ситуационных задач. 13. Формирование номенклатуры услуг в гостинице. 14. Номенклатура основных групп показателей качества гостиничных услуг. 15. Определение характеристик и оптимальной номенклатуры основных и дополнительных услуг гостиницы. 16. Организация агентской продажи гостиничного продукта. 17. Методы обеспечения роста продаж гостиничного продукта. 18. Оценка эффективности сбытовой политики гостиницы. 19. Выполнение расчета себестоимости и стоимости гостиничного продукта. 20. Определить цены гостиничных продуктов. 21. Анализ ценовой политики конкурентов. 22. Проведение сбытовой политики гостиничного продукта. Оценка системы распределения гостиничного продукта. 23. Управление запасами гостиницы. Разработка стратегии сбыта гостиничного продукта. 24. Проведение сбытовой политики гостиничного продукта. Оценка системы распределения гостиничного продукта. 25. Управление запасами гостиницы. Разработка стратегии сбыта гостиничного продукта. 26. Разработка организационного построения службы маркетинга гостиницы. Установление основных компетенций сотрудников отдела маркетинга и отдела продаж гостиничного предприятия. 27. Разработка бюджета маркетинга. 28. Подготовить комплекс маркетинговых мероприятий для организации продаж, формирования спроса и стимулирования сбыта гостиничных услуг и продуктов. 1. Предложить методы продажи гостиничных продуктов. 2. Подготовить план проведения рекламной кампании гостиничных продуктов для различных сегментов. 3. Разработать макеты рекламных сообщений для целевых сегментов. 4. Выбрать и предложить средства распространения рекламы, время и способы размещения в СМИ. 5. Рассчитать бюджет рекламной кампании гостиничных продуктов. 29. Анализ деловой ситуации: Организация рекламной кампании. Практическое применение закона «О рекламе». 30. Контроль маркетинговой деятельности. Назначение и сущность контроля; предварительный, текущий, заключительный контроль. 31. Разработка гостиничного продукта. Анализ деловой ситуации. 32. Анализ ассортиментной политики организации. Определение конкурентоспособности гостиничного продукта. 33. Разработать комплекс мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничных услуг, рассчитав бюджет обозначенных мероприятий. 34. Оценка конкурентоспобности гостиничных предприятий. 35. Подготовить предложения по улучшению организации продаж гостиничных продуктов и услуг в гостинице. 36. Лояльность клиентов турагентств и программа её повышения. Лояльность клиентов туроператоров и программы её повышения.			
Всего	348		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:
1 – **ознакомительный** (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2 – **репродуктивный** (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3 – **продуктивный** (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие:

Кабинета организации продаж гостиничного продукта, оборудованного:
Стол преподавателя, доска, столы, стулья, ноутбук, экран, проектор, колонки
Наглядные учебные пособия в электронном виде
Лаборатории «служба продажи и маркетинга», оборудованной: стойка, стул, ноутбук, телефон, диван, журнальный столик, журналы, газеты

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для СПО / Л. Г. Березовая. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03693-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/istoriya-turizma-i-gostepriimstva-426833
2. Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 336 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07185-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/gostinichnaya-industriya-433890

Дополнительная литература

1. Тимохина Т.Л. Гостиничный сервис. М.: Учебник для СПО. Юрайт, 2017

https://www.biblio-online.ru/viewer/05FBCB8B-ADDB-4861-869C-83A61B803759#page/1

Список электронных источников информации:

1. Научная электронная библиотека (НЭБ): www.elibrary.ru
2.ЭБС ЮРАЙТ https://biblio-online.ru/book/1

Перечень методических указаний, разработанных преподавателем

1. Методические рекомендации по выполнению практических работ.

2. Методические рекомендации по организации и методическому сопровождению самостоятельной работы студентов.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля; компетенциями, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: деловые игры, индивидуальные и групповые проекты, анализ производственных ситуаций в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная работа.

На договорной основе (срочный, бессрочный договор) организуется производственная практика на базе предприятий гостиничного сервиса под управлением преподавателей специальных дисциплин от колледжа и специалистов средств проживания (гостиницы, ГК, отели, гостевые дома).

Оценка качества освоения профессионального модуля включает текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию. Текущий контроль проводится в пределах учебного времени, отведенного на соответствующий раздел модуля как традиционными, так и инновационными методами, включая компьютерные технологии.

Профессиональный модуль считается освоенным при условии получения положительной оценки на квалификационном экзамене.

Дисциплины, предшествовавшие изучению профессионального модуля: Менеджмент, Маркетинг, Конфликтология в индустрии гостиничного сервиса, Введение в специальность: общие компетенции профессионала, Анализ финансово-хозяйственной деятельности.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): высшее профессиональное образование, соответствующее профилю изучаемого модуля; опыт деятельности в организациях

соответствующей профессиональной сферы. Преподаватель должен проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой, инженерно-педагогический состав: высшее профессиональное образование, соответствующее профилю изучаемого модуля; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватель должен проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПМ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги.	- правильность выявления спроса на гостиничные услуги; - правильность проведения сегментации рынка, выявления параметров сегментирования и целевого рынка; - правильное выявление особенностей поведения потребителей; - грамотное общение с потребителем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги, в т.ч. на иностранном языке	Оценка рефератов, презентаций, индивидуальных творческих заданий (проекты), участия в семинаре, выполнения групповых творческих заданий. Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы: - при выполнении и защите результатов практических занятий; - при выполнении работ на производственной практике; -при проведении дифзачета по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю.
ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт.	- правильность позиционирования гостиничного продукта; - грамотность выбора оптимальных методов формирования спроса и продвижения услуг индустрии гостеприимства; - оценка качественного анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов; - полнота и грамотность анализа информации о рынке гостиничных услуг и создания базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков; - правильность выбора средств распространения рекламных материалов; - правильность выбора техники и приёмов эффективного общения с гостем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги, в т.ч. на иностранном языке; - грамотность выбора целесообразности применения средств и методов маркетинга, выбора и использования наиболее рациональные из них.	
ПК 4.3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.	- точность и правильность определения конъюнктуры рынка; - правильность оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта; - правильность оценки качества гостиничного продукта; - грамотность оформления документов по качеству.	
ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.	- грамотность разработки гостиничного продукта в соответствии с запросами потребителей; - правильность определения	

	характеристик и оптимальной номенклатуры услуг; - точность и грамотность расчёта стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - точность и грамотность расчёта себестоимости и стоимости гостиничного продукта; - правильность определения жизненного цикла услуги гостиницы; - правильность выбора информации о ценах и ценовой политике конкурентов; - грамотность составления рекламных текстов об услугах гостиницы; - правильность выбора средств распространения рекламы, - правильность определения эффективности рекламы; - полнота и грамотность формирования базы данных и различных информационных ресурсов; - грамотность общения с потребителем в процессе разработки комплекса маркетинга и спроса, в т. ч. на иностранном языке; - правильное использование техники и приёмов эффективного общения с гостями, деловыми партнёрами и коллегами.	

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- точность аргументации и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии; - способность проявлять активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности, участвуя в студенческих конференциях, профессиональных конкурсах и т. д.; - наличие положительных отзывов по итогам учебной практики.	Оценка рефератов, презентаций, индивидуальных творческих заданий (проекты), участия в семинаре, выполнения групповых творческих заданий. Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать	- точность и правильность выбора применения рациональных методов и способов решения профессиональных задач в области контроля качества	

типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	продукции и услуг; - полнота оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	- при выполнении и защите результатов практических занятий; - при выполнении работ на производственной практике; -при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю.
ОК 3 Принимать решения в (не)стандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- принимать стандартные и нестандартные решения при подготовке и проведении производственного контроля на предприятии индустрии гостеприимства; - принимать стандартные и нестандартные решения в процессе идентификации продукции и услуг.	
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- извлекает и анализирует информацию из различных источников; - понимание способов поиска и анализа информации; - пользуется словарями, справочной литературой, материалами периодических изданий, стандартами; - применение найденной информации для выполнения профессиональных задач.	
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности.	
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями и кураторами практики в ходе обучения.	
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной работы; - проявление ответственности за работу подчинённых, результат выполнения заданий.	
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня.	

личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.		
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой сены технологий в профессиональной деятельности.	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; анализ инноваций в области продаж гостиничного продукта.	