

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
«УСТЬ-ЛАБИНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 Продажи гостиничного продукта


для специальности **43.02.11 Гостиничный сервис**

ОДОБРЕНА

На заседании УМО преподавателей
специальностей социально-экономического
профиля

Протокол от «30» августа 2018 г. № 1

Председатель УМО

 Т.В. Волобуева



УТВЕРЖДЕНА
Директор ГБПОУ КК УСПК
«31» августа 2018 г.
А.А. Филоновский

РАССМОТРЕНА

на заседании педагогического совета


Протокол от «31» августа 2018 г. № 1

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, Приказ Министерства образования и науки от 7 мая 2014 г. N 475, Зарегистрировано в Минюсте РФ 26 июня 2014г. № 32876, входящей в состав укрупнённой группы специальностей СПО 43.00.00 Сервис и туризм.


Организация-разработчик:

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Краснодарского края» Усть-Лабинский социально-педагогический колледж»

Разработчик:

Калиманова А.Ю., преподаватель экономических дисциплин ГБПОУ КК УСПК.
Квалификация по диплому – Бакалавр по специальности «Туризм» 

Рецензенты:

Колченко О.В., преподаватель экономических дисциплин ГБПОУ КК УСПК.
Квалификация по диплому - Педагог профессионального обучения по специальности «Экономика и управление» 

Руденко А.В. ИП гостиница «Олимпия»



СОДЕРЖАНИЕ

5

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	24

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 Организация продаж гостиничного продукта

1.1. Область применения программы

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

1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.
2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.
3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения 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 стимулированию 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;
- *осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации;*

– *разрабатывать анкеты и опросные листы;*
составлять отчет по результатам исследования и интерпретировать результаты;

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 её формирование, систему скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта;
- *маркетинговые исследования: понятие, значение, виды, объекты, методы, этапы и правила проведения;*
- *источники и критерии отбора маркетинговой информации;*
- *правила составления анкет и опросных листов.*

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 402 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 294 часа, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося -196 часов;
самостоятельной работы обучающегося – 98 часов;
учебной и производственной практики – 108 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Продажи гостиничного продукта», 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 в 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 смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

3. СТРУКТУРА И 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		Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов		Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена расщепленная практика</i>
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 4.1-4.4	Раздел 1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг	21	14	6		7		-	-
ПК 4.4	Раздел 2. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования	21	14	8		7		-	-
ПК 4.3-4.4	Раздел 3. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия	21	14	6		7		-	-
ПК 4.1.	Раздел 4. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом	31.5	21	8		10.5		-	-
ПК 4.1-4.3	Раздел 5. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя	21	14	6		7		-	-
ПК 4.1, 4.3	Раздел 6. Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения	21	14	8		7		-	-
ПК 4.1-4.3	Раздел 7. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта	31.5	21	6		10.5		-	-

ПК 4.3-4.4	Раздел 8. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице	18	12	8	-	6	-	-	-
ПК 4.2-4.3	Раздел 9. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы	18	12	6	-	6	-	-	-
ПК 4.2, 4.4	Раздел 10. Специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, система скидок и надбавок	36	24	8	-	12	-	-	-
ПК 4.2, 4.4	Раздел 11. Специфика рекламы услуг и гостиничного продукта	22	16	10	-	6	-	-	-
	Курсовая работа	32	20		20	12			
	Учебная практика	36							
	Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	72							72
	Всего:	402	196	80	20	98	-	36	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.04. Продажи гостиничного продукта

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрены)</i>	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг		21	
МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта			
Тема 1.1. Современное состояние гостиничного бизнеса	<p>Содержание</p> <p>1. Проблемы современного гостиничного бизнеса и пути их решения</p> <p>2. Социально-экономическая сущность рынка гостиничных услуг</p> <p>Практические занятия</p> <p>1. Определить особенности развития гостиничного бизнеса в Усть-Лабинске</p> <p>2. Определить особенности развития гостиничного бизнеса в Усть-Лабинском районе</p>	2	2 2
Тема 1.2. Перспективы развития рынка гостиничных услуг	<p>Содержание</p> <p>1. Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ.</p> <p>2. Перспективы развития гостиничного бизнеса за рубежом.</p> <p>Практические занятия</p> <p>1. Проанализировать особенности продаж в Москве и Санкт-Петербурге</p>	2	2 2

	2.	Проанализировать успешный опыт продаж гостиничного продукта за рубежом			
Тема 1.3. Современные тенденции развития технологии продаж в мировой индустрии гостеприимства	Содержание			2	
	1.	Международные гостиничные правила			2
	2.	Международные гостиничные цепи			2
	Практические занятия			2	
	1.	Анализ деятельности гостиничных цепей Мариотт, Хилтон, Шератон, Кемпински по продаже своих услуг на мировом рынке			
	2.	Анализ деятельности гостиничных цепей Мариотт, Хилтон, Шерагон, Кемпински по продаже своих услуг на российском рынке			
	Содержание			2	
Тема 1.4 Мониторинг сезонности рынка гостиничных услуг	1.	Понятие и виды сезонности			2
	2.	Организации продаж в высокий и низкий сезон и межсезонье			2
Самостоятельная работа при изучении раздела 1.	Практические занятия				
	Тематика домашних заданий			7	
	1.	Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.			
	2.	Подготовка сообщений «Современное состояние гостиничного бизнеса Краснодарского края (на примере г. Сочи)».			
	3.	Составление словаря профессиональных терминов.			
	4.	Работа над учебным материалом.			
	5.	Подготовка презентации «Организация продаж в низкий сезон»			
	6.	Составление таблицы для систематизации учебного материала			
	7.	Ответы на контрольные вопросы			
Раздел 2.					

Гостиничный продукт: особенности, методы формирования	21				
				Содержание	2
				1. Понятие гостиничного продукта, гостиничный продукт как комплекс услуг. Характеристики и отличительные особенности гостиничного продукта	1
				2. Комплексный гостиничный продукт и его составляющие	1
				Практические занятия	2
				1. Составить схему «Твердый гостиничный продукт»	1
				2. Составить схему «Мягкий гостиничный продукт»	1
				Содержание	2
				1. Структура гостиничного продукта.	2
				2. Уровни гостиничного продукта.	2
Тема 2.2. Методы формирования гостиничного продукта					
				Практические занятия	4
				1. Структура гостиничного продукта с точки зрения производителей.	1
				2. Структура гостиничного продукта с точки зрения потребителей.	1
				3. Деловая игра	1
				4. Анализ основных методов формирования гостиничного продукта	1
				Содержание	2
				1. Объем сервисной базы. Показатели гостиничных услуг	1
				2. Документация, необходимая для обеспечения процесса деятельности гостиницы.	1
				Практические занятия	
Тема 2.3 Показатели, характеризующие гостиничный продукт					
				Практические занятия	

	1. Составить схему « Особенности гостиничного продукта» 2. Записать отличие гостиничной услуги от гостиничного продукта	2	
	Самостоятельная работа при изучении раздела 2. Тематика домашних заданий 1. Подготовка рефератов «Методы формирования гостиничного продукта» 2. Составление словаря профессиональных терминов. 3. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 4. Знакомление с нормативными документами 5. Составление кроссворда по теме 6. Решение ситуационных задач. 7. Проверка индивидуальных заданий	7	
Раздел 3. ПМ 4. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия		21	
Тема 3.1. Этапы жизненного цикла гостиничного продукта	Содержание 1. Понятие жизненного цикла гостиничного продукта. 2. Концепция жизненного цикла гостиничного продукта и его этапы. Практические занятия 1. Изучение жизненного цикла гостиничного продукта. 2. Решение крупных проблем, встающих перед гостиницами.	2	2 2
Тема 3.2. Маркетинговые мероприятия как особенности жизненного цикла гостиничного продукта	Содержание 1. Две теории о представлении гостиничного продукта на рынке. 2. Стратегии маркетинга гостиничной индустрии. Практические занятия 1. Специальные маркетинговые программы 2. Технологии обслуживания в гостиничной индустрии.	2	2 2
Тема 3.3. Маркетинго-	Содержание	2	

вые мероприятия и технико-экономический прогресс как фактор продления жизненного цикла гостиничного продукта	1.	Маркетинговая стратегия как фактор продления жизненного цикла гостиничного продукта		2
	2.	Модернизация гостиничного продукта		2
	Практические занятия			
	1	Проанализировать факторы, влияющие на жизненный цикл гостиничного продукта	2	
	2.	Проанализировать период внедрения цветных телевизоров, спутникового ТВ, интернета.		
Тема 3.4. Понятие нового гостиничного продукта		Содержание	2	
	1.	Состав вновь образованной гостиничной цепи.		2
	2.	Введение новой или изменение существующей услуги в отдельной гостинице. Признание клиентом новизны гостиничного продукта		2
	Самостоятельная работа при изучении раздела 3.		7	
	Тематика домашних заданий 1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 2. Презентация «Гостиничный продукт как комплекс услуг». 3. Составление словаря профессиональных терминов. 4. Подготовка конспектов. 5. Подготовка тезисов сообщений к выступлению на семинаре 6. Решение производственных ситуационных задач 7. Проверка индивидуальных заданий			
Раздел 4.			31.5	

Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом	Содержание			
Тема 4.1. Классификация потребностей гостя	Содержание		2	
				1. Понятие запросов и предпочтений потребителя.
	2. Основные системы классификация потребностей гостя.		2	
	Практические занятия		2	
				1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей.
				2. Составить схему потребностей гостя
				Содержание
Тема 4.2. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.			2	
				1. Определение потребительских ценностей в сфере гостиничного бизнеса.
	2. Особенности маркетингового исследования потребительского поведения.		2	
	Практические занятия		2	
				1. Критерий оценки качества гостиничного продукта как степень удовлетворения потребностей потребителя.
				2. Критерии качества гостиничного продукта
				Содержание
Тема 4.3 Потребности в размещении, питании, безопасности, общении			4	
				1. Потребности в размещении
				2. Потребности в питании
				3. Потребности в общении
				4. Потребности в безопасности
	Практические занятия		2	
				1. Разработать стратегию удовлетворения потребности в 3 разовом питании в отеле с питанием на базе завтраков
				2. Разработать стратегию удовлетворения потребности в безопасности
Тема 4.4 Потребности в работе, наблюдении за детьми рекреации, развлечениями.	Содержание		2	

	1.	Потребности в работе, наблюдения за детьми		2
	2.	Потребности в рекреации и развлечениях		2
	Практические занятия			
Тема 4.5 Другие виды потребностей (ограниченные физические возможности, VIP-клиенты)	Содержание			3
	1.	Потребности клиентов с ограниченными физическими возможностями		2
	2.	Потребности высшего разряда		2
	3.	Особенности маркетингового исследования потребительского поведения		2
	Практические занятия			
	1.	Перечислите набор услуг, оказываемых отелем лицам с ограниченными возможностями		2
	2.	Перечислите набор услуг, оказываемых отелем VIP-клиентам		
	Самостоятельная работа при изучении раздела 4.			10.5
	Тематика домашних заданий			
	1. Разбор ситуационных заданий по выявлению потребностей гостя. 2. Составление словаря профессиональных терминов. 3. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 4. Подготовка рефератов «Система социологических исследований в гостиничном бизнесе». 5. Составление плана текста 6. Ответы на контрольные вопросы 7. Составление схемы «Потребности гостя» 8. Проверка индивидуальных заданий 9. Разработка деловой игры 10. Работа с дополнительной литературой			
Раздел 5. Методы				21

изучения и анализа предпочтений потребителя	Содержание	2			
					1. Запросы потребителей в гостиничной индустрии
Тема 5.1. Понятие запросов и предпочтений потребителя	Содержание	2			
					2. Основные виды потребительских предпочтений
Тема 5.2. Методы изучения и оценки (анализа) потребительских запросов и предпочтений	Практические занятия	2			
					1. Оценка опыта потребителей
					2. Варианты действий предприятия в области маркетинга.
					Содержание
1. <i>Маркетинговые исследования: понятие, значение, виды, объекты, методы, этапы и правила проведения.</i> Основные методы изучения и оценки потребительских запросов и предпочтений	2				
					2. <i>Источники и критерии отбора маркетинговой информации</i> Методы прогнозирования предпочтений и запросов потребителей.
	Практические занятия	2			
					1. Выявление, анализ и формирование спроса на гостиничные услуги.
	2.				
					<i>Оуществвление сбора и обработки маркетинговой информации.</i> Маркетинговое исследование потребительских запросов и предпочтений.
Тема 5.3. Анкетирование и интервьюирование	Содержание	2			
					1. <i>Правила составления анкет и опросных листов.</i> Виды анкетирования
Тема 5.4. Метод наблюдения и экспериментов	Содержание	2			
					2. Виды интервью
	1.				
					Использование метода наблюдения

	2.	Использование метода эксперимента. Практические занятия		2
	1.	Деловая игра. <i>Разработка анкеты и опросных листов</i>		
	2.	<i>Составление отчета по результатам исследования и интерпретация результатов.</i>		
	Самостоятельная работа при изучении раздела 5.		7	
	<p>Тематика домашних заданий</p> <p>1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.</p> <p>2. Подготовка сообщений «Психологические модели покупательских мотиваций».</p> <p>3. Составление словаря профессиональных терминов.</p> <p>4. Разбор ситуационных заданий по анализу потребительских запросов.</p> <p>5. Составление плана анализа потребительских запросов</p> <p>6. Ответы на контрольные вопросы</p> <p>7. Составление конспекта лекций.</p>		21	
Раздел 6. Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения	Содержание		3	
	1.	Потребительское поведение		2
	2.	Классификация факторов, обуславливающих поведение покупателей.		2
	3.	Целевые группы потребителей		2
Тема 6.1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей.	Практические занятия		4	
	1.	Маркетинг отношений с потребителями.		
	2	Используя информацию официальных сайтов отелей Краснодарского края, ознакомьтесь с отзывами отдыхающих		
	3.	Выявите особенности сегментирования отдыхающих		
	4.	Выделите основные группы-сегменты		
Тема 6.2.	Содержание		3	

Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей	1. Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей	2	
	2. Изучение и анализ системы ценностей потребителей		2
	3. Методы измерения степени удовлетворения потребителей		2
Практические занятия	4	4	
	1. Составить схему «Методы измерения степени удовлетворения потребителя»		
	2. Используя информацию официальных сайтов отелей Краснодарского края, проанализируйте соотношение услуг «Цена-качество» и ознакомьтесь с отзывами отдыхающих		
	3. Составьте схему «Основные критерии качества»		
	4. Проверьте достоверность информации, указанной на сайте.		
Самостоятельная работа при изучении раздела 6.		7	
<p>Тематика домашних заданий</p> <p>1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.</p> <p>2. Составление словаря профессиональных терминов.</p> <p>3. Подготовка сообщений «Модели кросс-культурного поведения».</p> <p>4. Составление плана текста</p> <p>5. Дальнейшее ознакомление с официальными сайтами туроператоров и турагентов.</p> <p>6. Ответы на контрольные вопросы.</p> <p>7. Решение производственных ситуационных задач.</p>			
Раздел 7.	31.5	4	
Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта			
Тема 7.1. Сегмент	Содержание	4	

рынка и позиционирование гостиничного продукта	1.	Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг..		2
	2.	Характеристика признаков и методов сегментации		2
	3.	Позиционирование гостиничных продуктов и услуг.		2
	4.	Выявление перспективных сегментов рынка гостиничных услуг.		2
Тема 7.2 Принципы и методы сегментации	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия			
	1.	Способы выявления перспективных сегментов рынка гостиничных услуг.		
	2.	Выявление новых сегментов гостиничного рынка		
Тема 7.3. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта	Содержание			
	1.	Принципы сегментирования		
	2.	Методы сегментации.		
	3.	Процесс сегментации		
Тема 7.4. Позиционирование гостиничного продукта	Содержание			
	1.	Рынок гостиничных услуг.		
	2.	Процесс целевого маркетинга.		
	3.	Сегментация рынка гостиничных услуг.		
Тема 7.4. Позиционирование гостиничного продукта	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия			
	1.	Проведение сегментации рынка. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства		
	2.	Маркетинговые исследования		
Тема 7.4. Позиционирование гостиничного продукта	Самостоятельная работа при изучении раздела 7. ПМ 4.			
	Содержание			
	1.	Понятие и виды позиционирования		
	2.	Стратегия позиционирования		
Тема 7.4. Позиционирование гостиничного продукта	3.	Реализация стратегии позиционирования		
	4.	Карта восприятия		
	Лабораторные работы (нет)			

Практические занятия			
1.	Проанализировать, как позиционируют себя гостиницы г. Усть-Лабинска		
2.	Сопоставить фактическое и реальное позиционирование		
Самостоятельная работа при изучении раздела 7. ПМ 4.		10.5	
<p>Тематика домашних заданий</p> <p>1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.</p> <p>2. Подготовка рефератов «Позиционирование гостиничных продуктов, понятие и значение».</p> <p>3. Составление словаря профессиональных терминов.</p> <p>4. Подготовка презентации «Сегментирование гостиничного рынка».</p> <p>5. Анализ маркетингового исследования.</p> <p>Самостоятельная работа в гостинице:</p> <p>6. Проведение опроса гостей</p> <p>7. Проведение анкетирования гостей</p> <p>8. Проведение метода интервьюирования гостей</p> <p>9. Применение методики « Тайный гость»</p> <p>10. Применение метода наблюдения</p> <p>11. Анализ данных опроса гостей с фактическим состоянием дел в гостинице</p>		18	
Раздел 8. ПМ 4. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице			
Тема 8.1. Формирование номенклатуры услуг в гостинице		2	2
Содержание			
1.	Понятия «ассортиментные группы и единицы гостиничных продуктов и услуг», «ассортиментная политика гостиницы».		
2.	Формирование характеристик номенклатуры услуг в гостинице.		2
Практические занятия		4	
1.	Показатели широты ассортимента		
2.	Показатели глубины ассортимента		
3.	Показатели насыщенности ассортимента		
4.	Ассортиментная политика гостиницы.		

Тема 8.2. Управление номенклатурой услуг в гостинице	Содержание		2
	1.	Методы управления номенклатурой услуг в гостинице.	
	2.	Анализ и управление текущим состоянием запасов по номенклатуре и ассортименту в гостинице.	2
	Практические занятия		4
	1.	Номенклатура основных групп показателей качества гостиничных услуг.	
	2.	Наращивание вверх	
	3.	Наращивание вниз	
	4.	Разработать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определить его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг. Номенклатура услуг в гостиницах г. Усть-Лабинска	
	Самостоятельная работа при изучении раздела 8.		6
	Тематика домашних заданий 1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 2. Составление словаря профессиональных терминов. 3. Подготовка презентации «Составление матрицы SWOT-анализа». 4. Решение ситуационных задач 5. Проверка индивидуальных заданий 6. Защита практических работ		18
Раздел 9. ПМ 4. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы			
Тема 9.1. Особенности продаж номерного фонда гостиницы	Содержание		3
	1.	Система продвижения и каналы распределения основных гостиничных услуг.	
	2.	Каналы сбыта основных гостиничных услуг.	
	3.	Прямые и агентские продажи основных гостиничных услуг.	2

			3	
	Практические занятия			
	1. Оценка эффективности сбытовой политики Факторы, влияющие на разработку и объём продаж гостиничного продукта			
	2. Продажи через туроператоров и турагентов			
	3. Продажи через собственный сайт в интернете			
	Содержание		3	
	1. Система продвижения и каналы распределения дополнительных гостиничных услуг.			2
	2. Каналы сбыта дополнительных гостиничных услуг.			2
	3. Прямые и агентские продажи дополнительных услуг.			2
	Практические занятия		3	
	1. Определение характеристик и оптимальной номенклатуры основных и дополнительных услуг гостиницы.			
	2. Продажи дополнительных услуг через туроператоров и турагентов			
	3. Продажи дополнительных услуг через собственный сайт в интернете			
	Самостоятельная работа при изучении раздела 9. ПМ 4.		6	
	Тематика домашних заданий			
	1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.			
	2. Подготовка презентации «Продажи номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы».			
	3. Составление словаря профессиональных терминов.			
	4. Изучение перечня дополнительных услуг на официальном сайте гостиницы			
	5. Выполнение вариативных упражнений по теме.			
	6. Проверка индивидуальных заданий			
	Раздел 10. Специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, система скидок и надбавок		36	

Тема 10.1. Специфика ценовой политики гостиницы	Содержание	8			
	1.			Понятие ценовой политики	2
	2.			Специфика ценовой политики в сфере гостиничной индустрии	2
	3.			Стратегия ценообразования	2
	4.			Этапы ценовой стратегии	2
	5.			Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия.	2
	6.			Особенности ценообразования в зависимости от сезонности и спроса	2
	7.			Выбор методов ценообразования	2
8.	Ценообразование на различных типах рынка.	2			
	Практические занятия	4			
	1.	Анализ ценовой политики конкурентов.			
	2.	Зависимость цены от категории номера			
	3.	Расчет коэффициента загрузки номерного фонда в отеле 3* и 4*			
Тема 10.2. Факторы, влияющие на формирование ценовой политики гостиничного продукта, система скидок и надбавок	Практические занятия	4			
	1.	Анализ ценовой политики конкурентов.			
	2.	Зависимость цены от категории номера			
	3.	Расчет коэффициента загрузки номерного фонда в отеле 3* и 4*			
	4.	Гибкая ценовая политика			
	Содержание	8			
	1.	Спрос и предложение на гостиничный продукт. Потребители.	2		
	2.	Государственное регулирование цен	2		
3.	Участники каналов сбыта	2			
4.	Конкуренция в сфере гостиничного сервиса	2			
5.	Методика расчёта базисной цены гостиничного продукта.	2			
6.	Формирование ценовой политики гостиницы.	2			
7.	Характеристика и порядок применения скидок.	2			
8.	Характеристика и порядок применения надбавок	2			
	Практические занятия	4			
	1.	Сбор и анализ информации о ценах. Выполнение расчёта себестоимости гостиничного продукта.			
	2.	Выполнение расчёта стоимости гостиничного продукта.			
	3.	Влияние денежных доходов на поведение потребителей			
	4.	Расчет эластичности спроса по доходу и цене			
	Самостоятельная работа при изучении раздела 10.	12			

Тематика домашних заданий		
<p>1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.</p> <p>2. Составление словаря профессиональных терминов.</p> <p>3. Подготовка сообщений «Ценовые стратегии в гостиничном бизнесе».</p> <p>4. Защита практической работы.</p> <p>5. Анализ ценовой политики гостиниц г. Усть-Лабинска</p> <p>6. Составление плана выступления</p> <p>7. Решение ситуационных задач</p> <p>8. Проверка индивидуального задания</p> <p>9. Работа над учебным материалом</p> <p>10. Изучение официального сайта пансионата «Солнышко» г. Адлера</p> <p>11. Проанализировать изменение ценовой политики в зависимости от сезона</p> <p>12. Работа с vip-клиентами</p>		
Раздел 11.		22
Специфика рекламы услуг и гостиничного продукта		
Тема 11.1. Специфика рекламы услуг	Содержание	3
	1. Реклама гостиничных предприятий.	2
	2. Роль и значение рекламы, функции, виды, правовая база.	2
	3. Характеристика основных современных средств продвижения.	2
	Практические занятия	
	1. Выбор средств распространения рекламы и определение их эффективности.	
	Формулирование содержания рекламных материалов	
	2. Выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, e-mail-маркетинг)	
	3. Творческая составляющая рекламы гостиничного продукта	
	4. Коммуникации	
Тема 11.2. Специфика рекламы гостиничного	Содержание	3
	1. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие,	
		2

продукта	составляющие элементы, пути формирования.		
	2. PR: понятие, назначение, виды мероприятий.		2
	3. Методы оценки эффективности рекламы.		2
	Лабораторные работы (нет)		
	Практические занятия		6
	1. Организация рекламной кампании.		
	2. Методика разработки рекламной программы гостиничного предприятия		
	3. Выбор видов и носителей рекламы		
	4. Правила рекламы		
	5. Эффективность рекламы различных видов		
	6. Факторы, влияющие на эффективность рекламы.		
	Самостоятельная работа при изучении раздела 11.		6
	Тематика домашних заданий		
	1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.		
	2. Подготовка презентаций «Стили рекламных сообщений».		
	3. Составление словаря профессиональных терминов.		
	4. Подготовка рефератов «Оценка эффективности рекламы гостиничных продуктов и услуг».		
	5. Составление коммерческого предложения		
	6. Составление рекламного обращения		
	Выполнение курсовой работы		20
	Определение темы исследования		1
	Определение методологического аппарата исследования		1
	Разработка плана исследования		1
	Подбор информации и выбор источников		1
	Изучение нормативно-правовых актов		1
	Изучение специальной литературы		1
	Составление плана курсовой работы		1

	Введение курсовой работы	1
	Выполнение 1 главы курсовой работы	1
	Выполнение 1 главы курсовой работы	1
	Выполнение 2 главы курсовой работы	1
	Выполнение 2 главы курсовой работы	1
	Корректировка введения курсовой работы	1
	Корректировка выводов	1
	Написание заключения курсовой работы	1
	Оформление курсовой работы	1
	Оформление курсовой работы	1
	Подготовка текста выступления к защите курсовой работы	1
	Составление графика защиты курсовой работы	1
	Защита курсовой работы	1
	Самостоятельная работа при выполнении курсовой работы	12
	Тематика домашних заданий	
1	Работа со словарями и справочниками	1
2	Работа над учебным материалом	1
3	Составление таблиц для систематизации учебного материала	1
4	Изучение библиографических источников	1
5	Использование теоретических знаний при написании курсовой работы	1
6	Работа с конспектом лекций	1
7	Аналитическая обработка текста	1
8	Графическое изображение структуры текста	1

9	Оформление результатов учебно-исследовательской работы	1
10	Аналитическая обработка текста	1
11	Подготовка тезисов сообщений к выступлению на защите курсовой работы	1
12	Оформление отчетного материала в соответствии с предъявляемыми требованиями	1
		294
	Учебная практика Виды работ	36
	Знакомство с работой сотрудников службы продажи и маркетинга (отделом продаж)	3
	Выявление и проведение анализа спроса на гостиничные услуги	3
	Проведение анализа особенностей поведения потребителей гостиничных услуг	3
	Проведение анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов	3
	Создание базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков	3
	Выявление конкурентов гостиничного предприятия	3
	Определение характеристик гостиничного продукта и его оптимальной номенклатуры	3
	Выявление каналов сбыта гостиничного предприятия	3
	Определение стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	3
	Проведение анализа ценовой политики гостиницы и её конкурентов	3
	Проведение анализа эффективности используемых в гостинице рекламных средств и текстов	3
	Выявление и проведение анализа маркетинг-микса гостиничного продукта	3
	Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ	72
	Самостоятельно выявить параметры сегментации целевого рынка	6
	Самостоятельно провести анализ возможности освоения новых сегментов рынка	6
	Самостоятельно провести оценку эффективности сбытовой политики	6
	Самостоятельно определить конъюнктуру рынка гостиничных услуг	6
	Самостоятельно провести оценку конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта	6
	Самостоятельно провести оценку качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству	6

Самостоятельно осуществить формирование комплекса дополнительных услуг гостиничного предприятия	6
Самостоятельно составление и разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности гостиничного предприятия	6
Самостоятельно организовать процесс продаж гостиничного продукта	6
Самостоятельно провести оценку ценовой политики гостиницы	6
Принять участие в разработке рекламы гостиничного продукта	6
Принять участие в разработке комплекса маркетинга	6
Всего	402

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04. «Продажи гостиничного продукта»

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Продажи гостиничного продукта».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Продажи гостиничного продукта»: 30 посадочных мест (столы письменные фанерные, стулья с сиденьями и спинками), рабочее место преподавателя (стул и стол преподавателя), доска аудиторная двухсторонняя, комплект учебно-методической документации (комплект форм, бланков для осуществления продажи гостиничных продуктов).

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиа-проектор, экран, электронные видеоматериалы, принтер, сканер, телефонный и факсимильный аппараты.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест: автоматизированное рабочее место работника отдела продаж, программное обеспечение профессионального назначения (аудиовизуальные, компьютерные, телекоммуникационные средства обучения).

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Брагинов Д.Г. Гостиничный сервис и туризм. - М., Альфа-М, 2015
2. Ехина М.А. Прием, размещение и выписка гостей. - М.: Академия, 2014.
3. Крутик А.Б., Решетова М.В. Предпринимательство в сфере сервиса. - М.: Академия, 2012
4. Павлова Н.В. Администратор гостиницы. Учебное пособие. - М.: Академия, 2013.
5. Полевая М.В. Управление персоналом в гостиничном предприятии. Учебник. - М.: Академия, 2014.
6. Потапова И.И. Организация и обслуживание гостей в процессе проживания. - М.: Академия, 2015

Дополнительные источники:

1. Веткин В.А. Технология создания туристского продукта: учеб. пособие. – М.: Гросс Медиа: РОСБУХ, 2008.
2. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристический бизнес: учеб. пособие для вузов. – 2-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2009.
3. Гостиничное и ресторанное дело, туризм: сборник нормативных документов / Под ред. Ю.Ф. Волкова. – Ростов н/Д: Феникс, 2008.
4. Романов В.А., Цветкова С.Н., Шевцова Т.В. и др. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование: учеб. пособие. – Ростов н/Д: МарТ, 2010.
5. Павлова Н.Н. Маркетинг в практике современной фирмы. – М.: Норма, 2008.
6. Туристские услуги. Туристское обслуживание: сборник нормативных и информационных материалов / Сост. В.Н. Сенин, А.Д. Чудновский. – М.: Финансы и статистика, 2008.

Интернет-ресурсы:

1. О рекламе: ФЗ от 13.03.2006 №38-ФЗ (в ред. от 28 июля 2012 г. №133ФЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
http://www.consultant.ru/popular/advert/26_1.html
2. ОАО «ГАО «Москва»» [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.gaomoskva.ru/index.php>
3. Федерация рестораторов и отельеров России [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.frio.ru>

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: компетенциям, 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, и т.п. 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 помощь.

Учебная практика проводится рассредоточено. Производственная практика завершает обучение профессионального модуля и проводится концентрированно.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков.

Освоению модуля предшествует изучение дисциплин:

- ОГСЭ.03. Иностранный язык;
- ЕН.01. Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;
- ОГСЭ.01 Основы философии;
- ОГСЭ.02 История;
- ОГСЭ.05 Русский язык и культура речи;
- ОП.01 Менеджмент;
- ОП.09 Деловой иностранный язык.
- ОП.08 Маркетинг

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.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

высшее профессиональное образование, соответствующее профилю изучаемых модулей; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели должны 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 изучаемых модулей; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

**5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
(ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)
ПМ.04. «ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА»**

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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; 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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

	- 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> - точность и правильность выбора применения рациональных методов и способов решения профессиональных задач в области контроля качества продукции и услуг; - полнота оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - при выполнении и
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> - принимать стандартные и нестандартные решения при подготовке и проведении производственного контроля на предприятии индустрии 	

	<p>гостеприимства;</p> <ul style="list-style-type: none"> - принимать стандартные и нестандартные решения в процессе идентификации продукции и услуг 	<p>защите результатов практических занятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - при выполнении работ на производственной практике; - при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<ul style="list-style-type: none"> - нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности 	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<ul style="list-style-type: none"> - взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями и кураторами практики в ходе обучения 	
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий</p>	<ul style="list-style-type: none"> - самоанализ и коррекция результатов собственной работы; - проявление ответственности за работу подчинённых, результат выполнения заданий 	
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<ul style="list-style-type: none"> - планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня 	
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> - проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - анализ инноваций в области продаж гостиничного продукта 	
<p>ОК 10. Обеспечивать безопасные условия труда в профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> - готовность к исполнению воинской обязанности с применением полученных профессиональных знаний (для юношей) 	

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по ПМ.04 « Продажи гостиничного продукта»
по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис, выполненную
преподавателем Калимановой А.Ю.

Рабочая программа ПМ.04 Продажи гостиничного продукта разработана в соответствии с Государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

Программа дает возможность осваивать основные знания об экономической деятельности в сфере гостиничного сервиса, овладевать умением подходить ко многим вещам с экономической точки зрения, используя различные источники информации; развивать экономическое мышление; воспитывать ответственность за экономические решения в сфере гостиничного сервиса.

Рабочая программа состоит из профессиональной характеристики, пояснительной записки, тематического плана, содержания учебной дисциплины, перечня используемой литературы.

Основные темы программы: современное состояние гостиничного бизнеса, перспективы развития рынка гостиничных услуг, современные тенденции развития технологии продаж в мировой индустрии гостеприимства, мониторинг сезонности рынка гостиничных услуг, реклама гостиничных услуг и др. позволяют наиболее полно получить представление о продажах гостиничного продукта.

Последовательность тем, предлагаемых к изучению, направлена на качественное усвоение учебного материала.

После тем указывается домашнее задание, направленное на повторение и закрепление учебного материала. Дается тематика курсовых работ.

В конце программы дается список рекомендуемой литературы. Каждый элемент программы разработан с достаточной степенью полноты и законченности.

Паспорт рабочей программы раскрывает ведущие цели и задачи учебной дисциплины. Рабочая программа направлена на реализацию общих и профессиональных компетенций, необходимых для развития личности.

Заключение

Рабочая программа по ПМ.04 « Продажи гостиничного продукта» может быть использована для обеспечения основной (профессиональной) образовательной программы по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис



Руденко А.В. ИП гостиница «Олимпия»

Руденко

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по ПМ.04 « Продажи гостиничного продукта»
по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис, выполненную
преподавателем Калимановой А.Ю.

Рабочая программа ПМ.04 Продажи гостиничного продукта разработана в соответствии с Государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

Программа дает возможность осваивать основные знания об экономической деятельности в сфере гостиничного сервиса, овладевать умением подходить ко многим вещам с экономической точки зрения, используя различные источники информации; развивать экономическое мышление; воспитывать ответственность за экономические решения в сфере гостиничного сервиса.

Рабочая программа состоит из профессиональной характеристики, пояснительной записки, тематического плана, содержания учебной дисциплины, перечня используемой литературы.

Основные темы программы: современное состояние гостиничного бизнеса, перспективы развития рынка гостиничных услуг, современные тенденции развития технологии продаж в мировой индустрии гостеприимства, мониторинг сезонности рынка гостиничных услуг, реклама гостиничных услуг и др. позволяют наиболее полно получить представление о продажах гостиничного продукта.

Каждый элемент программы разработан с достаточной степенью полноты и законченности. Паспорт рабочей программы раскрывает ведущие цели и задачи учебной дисциплины.

Рабочая программа направлена на реализацию общих и профессиональных компетенций, необходимых для развития личности.

Заключение

Рабочая программа по ПМ.04 « Продажи гостиничного продукта» может быть использована для обеспечения основной (профессиональной) образовательной программы по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис

Программа позволяет подготовить высококвалифицированных специалистов для сферы гостиничного сервиса.

Рецензент:

Колченко О.В., преподаватель экономических дисциплин ГБПОУ КК УСПК. Квалификация по диплому: Педагог профессионального обучения по специальности «Экономика и управление»

27.08.2018

