

Санкт-Петербургское государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение

Академия управления городской средой, градостроительства и печати

ПРИНЯТО

На заседании педагогического совета

Протокол № 4.....

« 08 » 04 2020г

УТВЕРЖДАЮ

Директор СПб ГБПОУ «АУГСГиП»

А.М. Кривоносов

« 08 » 04 2020г



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

ПМ.04 Продажи гостиничного продукта

для специальности

43.02.11 «Гостиничный сервис»

базовая подготовка

Санкт-Петербург

2020г.

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.04 разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 43.02.11 «Гостиничный сервис»

СОГЛАСОВАНА

ООО «Профи Тур»

Генеральный директор

Е.П. Екимова
«Профи Тур»

« 03... 04 2020 г.



Рассмотрена на заседании методического совета

Протокол № 5

« 18 » 06 2020 г.

Одобрена на заседании цикловой комиссии

Экономики и сервиса

Протокол № 11

« 18 » 06 2020 г.

Председатель цикловой комиссии

С.В. Пименова / *Е.П. Оботешская*
С.В. Пименова

Разработчики:

Ипатова С.В., преподаватель СПб ГБПОУ «АУТСГиП»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	19

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 Продажи гостиничного продукта

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО специальности 43.02.11 Гостиничный сервис (базовая подготовка).

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.

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;

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.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего –372 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 300 час, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –200 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 100 часов;

производственной практики – 72 часа.

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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04. Продажи гостиничного продукта

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 (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
ПК 4.1-4.4	Раздел 1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг	24	18	4		8	-	-	-
ПК 4.1-4.4	Раздел 2. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования	24	16	6		8	-	-	-
ПК 4.1-4.4	Раздел 3. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия	24	16	6		8	-	-	-
ПК 4.1-4.4	Раздел 4. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом	28	16	6		12	-	-	-
ПК 4.1-4.4	Раздел 5. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя	28	20	6		8	-	-	-
ПК 4.1-4.4	Раздел 6. Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения	24	16	6		8	-	-	-
ПК 4.1-4.4	Раздел 7. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта	34	20	8		14	-	-	-
ПК 4.1-4.4	Раздел 8. Формирование и управление номенклатурой услуг в	24	16	6		8	-	-	-

*

	гостинице								
ПК 4.1-4.4	Раздел 9. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы	16	22	8		8		-	-
ПК 4.1-4.4	Раздел 10. Специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, система скидок и надбавок	28	22	8	-	6		-	-
ПК 4.1-4.4	Раздел 11. Специфика рекламы услуг и гостиничного продукта	32	20	8		12		-	-
	Производственная практика (по профилю специальности), часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)	72							72
	Всего:	372	200	72	20	100		-	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 работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов/зач.ед.	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. ПМ 4. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг		21/0,58	
МДК 1. Организация продаж гостиничного продукта			
Тема 1.1. Современное состояние гостиничного бизнеса	Содержание	6	
	1. Современное состояние гостиничного бизнеса.	2	2-3
	2. Проблемы современного гостиничного бизнеса и пути их решения	2	2-3
	Практические занятия		
	1. «Мониторинг гостиничных услуг города Новороссийска»	2	
Тема 1.2. Перспективы развития рынка гостиничных услуг	Содержание	8	
	1. Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ.	2	2-3
	2. Перспективы развития гостиничного бизнеса за рубежом.	4	2-3
	Практические занятия		
	1. «Выбор методов маркетингового исследования при получении первичной информации»	2	
	Самостоятельная работа		
	Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Подготовка сообщений «Современное состояние гостиничного бизнеса». Составление словаря профессиональных терминов.	7	3
Раздел 2. ПМ 4. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования		24/0,67	
Тема 2.1. Характерные особенности гостиничного продукта	Содержание	6	
	1. Понятие гостиничного продукта, гостиничный продукт как комплекс услуг	2	2-3
	2. Характеристики и отличительные особенности гостиничного продукта. Комплексный гостиничный продукт и его составляющие.	2	2-3
	Практические занятия		

	1.	«Применение теории Маслоу в индустрии гостеприимства»	2	
Тема 2.2. Методы формирования гостиничного продукта	Содержание		10	
	1.	Структура гостиничного продукта.	4	2-3
	2.	Уровни гостиничного продукта.	2	2-3
	Практические занятия			
	1.	«Консюмеризм на рынке услуг»	2	
	2.	«Определение задач маркетинга по состоянию спроса»	2	
	Самостоятельная работа			
Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Подготовка рефератов «Методы формирования гостиничного продукта» Составление словаря профессиональных терминов.		8	3	
Раздел 3. ПМ 4. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия			24/0,67	
Тема 3.1. Этапы жизненного цикла гостиничного продукта	Содержание		8	
	1.	Понятие жизненного цикла гостиничного продукта.	2	2-3
	2.	Концепция жизненного цикла гостиничного продукта и его этапы.	2	2-3
	Практические занятия			
	1.	Изучение жизненного цикла гостиничного продукта как решение трех крупных проблем, встающих перед гостиницами.- семинар Заполнение сводной таблицы	4	
Тема 3.2. Маркетинговые мероприятия как особенности жизненного цикла гостиничного продукта	Содержание		8	
	1.	Две теории о представлении гостиничного продукта на рынке.	4	2-3
	2.	Стратегии маркетинга гостиничной индустрии.	2	2-3
	Практические занятия			
	1.	«Разработка портфеля стратегий»	2	
	Самостоятельная работа			
Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Презентация «Гостиничный продукт как комплекс услуг». Подготовка рефератов «Система социологических исследований в гостиничном бизнесе».		8	3	
Раздел 4. ПМ 4. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом			24/0,67	
Тема 4.1. Классификация потребностей гостя	Содержание		6	
	1.	Понятие запросов и предпочтений потребителя.	2	2-3
	2.	Основные системы классификация потребностей гостя.	2	2-3

	Практические занятия			
	1.	Факторы, оказывающие влияние на потребителей.- семинар	2	
Тема 4.2. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.	Содержание		10	
	1.	Определение потребительских ценностей в сфере гостиничного бизнеса.	2	
	2.	Особенности маркетингового исследования потребительского поведения.	4	
	Практические занятия			
	1.	Критерий оценки качества гостиничного продукта как степень удовлетворения потребностей потребителя.- семинар «Анализ нетипичных ситуаций»	4	
	Самостоятельная работа		8	
Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Подготовка сообщений «Модели кросс-культурного поведения».				3
Раздел 5. ПМ 4. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя			27/0,75	
Тема 5.1. Понятие запросов и предпочтений потребителя	Содержание		6	
	1.	Понятие запросов и предпочтений потребителя в гостиничной индустрии.	2	2-3
	2.	Понятие запросов и предпочтений потребителя в гостиничной индустрии.	2	2-3
	Практические занятия			
	1.	«Определение параметров конкурентоспособности гостиничного предприятия»	2	
Тема 5.2. Методы изучения и оценки (анализа) потребительских запросов и предпочтений	Содержание		12	
	1.	Методы изучения и оценки потребительских запросов и предпочтений	4	2-3
	2.	Методы прогнозирования предпочтений и запросов потребителей.	4	2-3
	Практические занятия			
	1.	«Культура предприятия» «Разработка программы повышения качества обслуживания в гостинице»	4	
	Самостоятельная работа		9	
Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Разбор ситуационных заданий по анализу потребительских запросов.				3
Раздел 6. ПМ 4. Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения			24/0,67	
Тема 6.1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей.	Содержание		6	
	1.	Потребительское поведение и целевые группы потребителей	2	2-3
	2.	Классификация факторов, обуславливающих поведение покупателей.	2	2-3
	Практические занятия			

	1.	Маркетинг отношений с потребителями.- семинар	2	
Тема 6.2. Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей	Содержание		10	
	1.	Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей	2	2-3
	2.	Изучение и анализ системы ценностей потребителей	4	2-3
	Практические занятия			
	1.	Методы измерения степени удовлетворения потребителя.- семинар Заполнение сводной таблицы	4	
	Самостоятельная работа		8	
Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Подготовка сообщений «Психологические модели покупательских мотиваций».			3	
Раздел 7. ПМ 4. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта			27/0,75	
Тема 7.1. Сегмент рынка и позиционирование гостиничного продукта	Содержание		8	
	1.	Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. Характеристика признаков и методов сегментации.	2	2-3
	2.	Позиционирование гостиничных продуктов и услуг.	2	2-3
	Практические занятия		4	
	1.	Сегментирование рынка услуг» «Выбор и характеристика потребительского сегмента гостиничных услуг»		
Тема 7.2. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта	Содержание		10	
	1.	Рынок гостиничных услуг. Процесс целевого маркетинга.	2	2-3
	2.	Сегментация рынка гостиничных услуг. Определение целевого рынка.	2	2-3
	3.	Позиционирование гостиничного продукта на рынке.	2	2-3
	Практические занятия			
	1.	«Организация отдела маркетинга на предприятии» «Анализ внутренней среды гостиничного предприятия»	4	
	Самостоятельная работа		9	
Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Подготовка презентации «Сегментирование гостиничного рынка». Подготовка рефератов «Позиционирование гостиничных продуктов, понятие и значение».			3	
Раздел 8. ПМ 4. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице			21/0,58	
Тема 8.1. Формирование	Содержание		8	

номенклатуры услуг в гостинице	1.	Понятия «ассортиментные группы и единицы гостиничных продуктов и услуг», «ассортиментная политика гостиницы».	2	2-3
	2.	Формирование характеристик номенклатуры услуг в гостинице.	2	2-3
	Практические занятия			
Тема 8.2. Управление номенклатурой услуг в гостинице	Содержание		6	
	1.	Методы управления номенклатурой услуг в гостинице.	2	2-3
	2.	Анализ и управление текущим состоянием запасов по номенклатуре и ассортименту в гостинице.	2	2-3
	Практические занятия			
	1.	Номенклатура основных групп показателей качества гостиничных услуг.- семинар	2	
	Самостоятельная работа		7	
	Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Подготовка рефератов «Позиционирование гостиничных продуктов, понятие и значение».			3
	Раздел 9. ПМ 4. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы		27/0,75	
Тема 9.1. Особенности продаж номерного фонда гостиницы	Содержание		8	
	1.	Система продвижения и каналы распределения основных гостиничных услуг.	2	2-3
	2.	Прямые продажи, агентские продажи основных гостиничных услуг.	2	2-3
	Практические занятия			
	1.	Семинар «История развития российской рекламы» Факторы, влияющие на разработку и объём продаж гостиничного продукта	4	
Тема 9.2. Особенности продаж дополнительных услуг гостиницы	Содержание		10	
	1.	Система продвижения и каналы распределения дополнительных гостиничных услуг.	2	2-3
	2.	Каналы сбыта дополнительных гостиничных услуг.	2	2-3
	3.	Прямые продажи, агентские продажи дополнительных услуг.	2	2-3
	Практические занятия			
	1.	Выбор и характеристика конкурентных преимуществ гостиницы» « Выбор критериев оценки каналов сбыта гостиничных услуг»- семинар	4	
	Самостоятельная работа		9	
	Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Подготовка презентации «Продажи номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы».			3

Раздел 10. ПМ 4. Специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, система скидок и надбавок		27/0,75		
Тема 10.1. Специфика ценовой политики гостиницы	Содержание		10	
	1.	Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия, особенности ценообразования в гостиничном бизнесе.	2	2-3
	2.	Выбор методов ценообразования.	2	2-3
	3.	Ценообразование на различных типах рынка.	2	2-3
	Практические занятия			
1.	«Выбор методов ценообразования при разработке нового гостиничного продукта»	4		
Тема 10.2. Факторы, влияющие на формирование ценовой политики гостиничного продукта, система скидок и надбавок	Содержание		8	
	1.	Методика расчёта базисной цены гостиничного продукта.	2	2-3
	2.	Формирование ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок.	2	2-3
	Практические занятия			
	1.	«Определение ценовых стратегий на этапе внедрения гостиничного продукта на рынок» «Система установления сезонных скидок и надбавок»	4	2
	Самостоятельная работа		9	
Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Подготовка сообщений «Ценовые стратегии в гостиничном бизнесе».			3	
Раздел 11. ПМ 4. Специфика рекламы услуг и гостиничного продукта		24/0,67		
Тема 11.1. Специфика рекламы услуг	Содержание		8	
	1.	Реклама гостиничных предприятий, её роль и значение, функции, виды, правовая база.	2	2-3
	2.	Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, e-mail-маркетинг)	2	2-3
	Практические занятия		4	
	1.	«Товарная реклама в индустрии гостеприимства» «Разработка элементов фирменного стиля гостиничного предприятия»		
Тема 11.2. Специфика рекламы гостиничного	Содержание		8	
	1.	Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие,	2	2-3

продукта		составляющие элементы, пути формирования. PR: понятие, назначение, виды мероприятий.		
	2.	Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.	2	2-3
	Практические занятия			
	1.	«Составление рекламного обращения гостиничного предприятия»»	2	
	2.	«Составление плана и статей о деятельности гостиничного предприятия при проведении рекламной кампании»	2	
	Самостоятельная работа		8	
	Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделам. Подготовка презентаций «Разработка программ стимулирования сбыта, оценка результатов»			3
	Курсовое проектирование: Темы: 1. Анализ рекламных решений для мини- гостиниц. 2. Характеристика рыночных посредников сетевых отелей. 3. Разработка маркетингового плана отеля. 4. Разработка процесса внутреннего маркетинга на примере одного из отелей. 5. Анализ маркетинга связей с общественностью на примере одного из сетевых отелей. 6. Разработка ценовых стратегий на разных стадиях жизненного цикла продукта. 7. Сравнительная характеристика использования средств информации для рекламы двух гостиничных сетей. 8. Разработка системы продвижения и стимулирования продаж на примере отеля. 9. Разработка полного комплекса маркетинговых исследований на примере гостиницы (отеля). 10. Оценка качества обслуживания на примере одной из гостиниц. 11. Анализ каналов сбыта на примере одной из гостиниц. 12. Определение текущего рыночного спроса и прогнозирование будущего спроса на примере отеля. 13. Анализ конкурентоспособности гостиничных услуг. 14. Реклама гостиничного продукта.	20		
	Самостоятельная работа Подготовка материала для занятий на уроке. Оформление курсового проекта	10		
Итого		300/8,33		

Производственная практика	72	
Знакомство с работой сотрудников службы продажи и маркетинга (отделом продаж)		2-3
Выявление и проведение анализа спроса на гостиничные услуги		2-3
Проведение анализа особенностей поведения потребителей гостиничных услуг		2-3
Проведение анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов		2-3
Создание базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков		2-3
Выявление конкурентов гостиничного предприятия		2-3
Определение характеристик гостиничного продукта и его оптимальной номенклатуры		2-3
Выявление каналов сбыта гостиничного предприятия		2-3
Определение стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания		2-3
Проведение анализа ценовой политики гостиницы и её конкурентов		2-3
Проведение анализа эффективности используемых в гостинице рекламных средств и текстов		2-3
Самостоятельно выявить параметры сегментации целевого рынка		3
Самостоятельно провести анализ возможности освоения новых сегментов рынка		3
Самостоятельно провести оценку эффективности сбытовой политики		3
Самостоятельно определить конъюнктуру рынка гостиничных услуг		3
Самостоятельно провести оценку конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта		3
Самостоятельно провести оценку качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству		3
Самостоятельно осуществить формирование комплекса дополнительных услуг гостиничного предприятия		3
Самостоятельно составление и разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности гостиничного предприятия		3
Всего	372	

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 ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04. «Продажи гостиничного продукта»

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Организации продаж гостиничного продукта» и лаборатории «Служба продажи и маркетинга»

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Продажи гостиничного продукта»: 30 посадочных мест, 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.

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

МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта

Основная литература

Ёхина М. А. Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж: учебник / М. А. Ёхина. — Москва: Академия, 2017. — 240 с. — (Среднее профессиональное образование). - 15 экз.

Грядун М. В. Продажи гостиничного продукта : учебник / М. В. Грядун. — Москва : Издательский центр «Академия», 2019. — 288 с. — (Среднее профессиональное образование). – 5 экз.

Семеркова Л. Н. Технология и организация гостиничных услуг : учебник/Л. Н. Семеркова, В. А. Белякова, Т. И. Шерстобитова и др. – Москва : НИЦ ИНФРА - М, 2019. - 320 с. — URL: <http://znanium.com>. — Режим доступа: по подписке.

Мазилкина Е. И. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие/ Е. И. Мазилкина. – Москва : Альфа – М : НИЦ ИНФРА - М, 2020. - 207 с. — (Среднее профессиональное образование). — URL: <http://znanium.com>. — Режим доступа: по подписке.

Морозова Н. Б. Предпринимательская деятельность в сфере гостиничного бизнеса : учебник / Н. Б. Морозова, И. Н. Николаева, С. А. Саманова. — Москва : Издательский центр «Академия», 2019. — 176 с. — (Среднее профессиональное образование). — 5 экз.

Баумгартен Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для СПО / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 338 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Скобкин С. С. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для СПО / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 197 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://urait.ru>. — Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

Муртузалиева Т. П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие. — Москва : Дашков и К, 2017. -166 с. — URL: <http://znanium.com>. — Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы:

1. О рекламе: ФЗ от 13.03.2006 №38-ФЗ (в ред. от 28 июля 2012 г. №133%ФЗ) [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.

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

Производственная практика завершает обучение профессионального модуля и проводится концентрированно.

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	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:
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 	<ul style="list-style-type: none"> - при выполнении и защите результатов практических занятий; - при выполнении работ на производственной практике; - при проведении контрольных работ, дифф.зачёта по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю
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 	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:

	<p>стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 	<ul style="list-style-type: none"> - при выполнении и защите результатов практических занятий; - при выполнении работ на производственной практике; - при проведении контрольных работ, дифф.зачёта по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю
--	---	---

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 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - при выполнении и защите результатов

	<p>конкурсах и т. д.;</p> <ul style="list-style-type: none"> - наличие положительных отзывов по итогам учебной практики 	<p>практических занятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - при выполнении работ на производственной практике; - при проведении контрольных работ, дифф.зачётов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<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 защите результатов практических занятий; - при выполнении работ на производственной практике; - при проведении контрольных работ, дифф.зачётов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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 	
<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</p>	<ul style="list-style-type: none"> - самоанализ и коррекция результатов собственной работы; - проявление ответственности за 	

выполнения заданий	работу подчинённых, результат выполнения заданий	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	– проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; – анализ инноваций в области продаж гостиничного продукта	