



109316, г. Москва, Волгоградский пр-т, д.42, кор.7, тел. (495) 640 64 36, тел./факс (495) 640 64 60

Генеральный директор
ООО «ЭЛСИ-ГРУПП»

«01» августа 2022 г.
МР

Директор Профессионального
образовательного учреждения
**«КОЛЛЕДЖ СОВРЕМЕННОГО
УПРАВЛЕНИЯ»**

/ И.Ю.Чаев /

Приказ № _____
от «01» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04. Продажа гостиничного продукта

Специальность: 43.02.11 Гостиничный сервис

Москва 2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

1. ПАСПОРТ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ ПМ.04. Продажа гостиничного продукта

1.1. Область применения учебной программы

Рабочая программа междисциплинарного курса является частью ППССЗ в соответствии с ФГОС по специальности Гостиничный сервис в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **ПРОДАЖА 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 междисциплинарного курса может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области гостиничного сервиса при наличии среднего (полного) общего образования.

1.2. Цели и задачи– требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающихся в ходе освоения МДК 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 ее формирование, систему скидок и надбавок;
специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение примерной программы МДК:

Всего: 331 час

максимальной учебной нагрузки студента **223** часов, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки студента **149** часов,
из них лекции–**79** час., лабораторные и практические занятия – **70** часов;

Учебная практика- 36 часов

Производственная практика-72 часа

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ МДК

Результатом освоения **ПМ.04. Продажа гостиничного продукта** является овладение обучающимися 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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результаты выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Тематический план ПМ.04. Продажа гостиничного продукта

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, часов	Объём времени, отведённый на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося, часов	Курсовая работа	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов				
1	2	3	4	5	6		7	8
ПК 4.1-4.4	Раздел 1. Организация продаж гостиничного продукта	223	149	70	74			—
	Учебная практика	36					36	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72				72		
	Всего	331	149	70	74		36	72

3.2. Тематический план и содержание ПМ.04. Продажа 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)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Выявление и формирования спроса на гостиничные услуги			
МДК 04. 01 Организация продаж гостиничного продукта			
Тема 1.1. Характеристика рынка гостиничных услуг	Содержание	8	
	Маркетинговой деятельности в гостиничном предприятии: цели, задачи. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок.	2	1-2
	Услуга, особенности гостиничных услуг. Состояние рынка гостиничных услуг. Перспективы развития рынка гостиничных услуг. Гостиничный продукт: понятие, составляющие, методы формирования.	2	1-2
	Практические занятия		1-2
	Характеристика гостиничного рынка в РФ Требования к специалисту по маркетингу и его должностные инструкции Выполнить тест	6	
	Самостоятельная работа Подготовить доклад на тему «История развития гостиничного бизнеса в г. Москва». Составить список гостиниц г. Москва Характеристика службы маркетинга в гостиничных предприятиях	6	
Тема 1.2. Особенности маркетинга гостиничных услуг	Содержание		
	Потребности человека, классификация. Гостиничный продукт как средство удовлетворения потребностей людей. Элементы продукта и удовлетворение потребностей клиента. Реализация концепции маркетинга в гостиницах. Сущность и содержание маркетинга гостиничных услуг. Цели и задачи гостиничного маркетинга. Основные принципы маркетинга в гостиничном предприятии. Функции маркетинга.	6	1-2
	Практические занятия.		1-2
	Выделить виды потребностей. Описать свои потребности по модели А. Маслоу	6	1-2

	Предоставление услуг в соответствии с потребностями. Решение профессиональных задач: «Определение задач маркетинга по состоянию спроса»		
	Самостоятельная работа Подготовить доклад на тему «История развития маркетинга» Написать мини-сочинение «Социально-экономическая значимость маркетинга в удовлетворении потребностей людей» Классификация жалоб в гостиничном деле	6	1-2
Тема 1.3. Исследование рынка гостиничных услуг	Содержание		
	Исследование рынка: понятие, цели, необходимость проведения. Исследование потребителей с целью выявления спроса на гостиничные услуги. Этапы и правила проведения исследований. Источники и критерии отбора информации. Способы получения информации. Выбор методов исследования потребителей гостиничного продукта. Анализ полученной информации. Формирование выводов и рекомендаций для принятия решений в области организации продаж гостиничного продукта	6	
	Сегментирование рынка как метод изучения потребителей. Цели сегментирования, основные принципы. Критерии сегментирования рынка. Выявление целевых покупательских сегментов. Описание модели поведения целевых покупателей. Характеристика покупателей и процесс принятия решения о покупке гостиничных продуктов. Позиционирование гостиничного продукта в соответствии с целевым сегментом.	6	
	Практические занятия	2	
	Разработка практических рекомендаций по формированию спроса Целевые группы потребителей гостиничных услуг в г. Москва Анализ возможности освоения новых сегментов рынка. Проверочная работа		
	Самостоятельная работа 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 с источников информации для исследования потребителей гостиничных услуг. Составить схему «Модель покупательского поведения». Разработать анкету для сегментирования покупательского рынка.	19	

	Написать возможные типы позиционирования гостиничного продукта.		
Раздел 2. Выявление конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятий			
МДК 04. 01 Организация продаж гостиничного продукта			
Тема 2.1 Конкурентоспособность гостиничного продукта и услуг	Содержание		
	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Виды конкуренции и конкурентов в гостиничном бизнесе. Гостиничный продукт и гостиничная услуга: понятие, отличие от товара. Показатели конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Качество гостиничного продукта: понятие, показатели, методы оценки. Управление качеством гостиничного продукта. Этапы жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Особенности маркетинговых решений на каждом этапе.	8	
	Практические занятия	6	
	Проведение оценки качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству. Решение ситуационных задач. Составить таблицу конкурентные преимущества. Сравнить разнообразные системы оценки качества гостиничных услуг. Проверка знаний основных понятий. Проверочная работа		
Тема 2.2. Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Содержание	8	
	Конкурентоспособность гостиничных предприятий. Качество гостиничных услуг и категоризация гостиничных предприятий. Проблемы поддержания качества услуг и конкурентоспособности гостиницы. Стандарты качества. Управление качеством. Критерии оценки конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Ознакомление с методами анализа конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия		
	Практические занятия	4	
	Оценка конкурентоспособности гостиничных предприятий. Овладение методикой SWOT анализа, составление матрицы. Конкуренция на рынке гостиничных услуг . Составьте глоссарий из терминов и понятий. Проверочная работа		
	Самостоятельная работа	18	

	Сравнить различные системы оценки качества гостиничных услуг. Определить способы противодействия снижению качества гостиничных услуг. Характеристика стадий жизненного цикла товара Ознакомление с Государственной программой поддержки малого предпринимательства. Определение конкурентов гостиничного предприятия в целевом сегменте рынка. Факторы продуктовой политики гостиничного предприятия. Система франчайзинга		
Раздел 3. Разработка комплекса маркетинга			
МДК 04. 01 Организация продаж гостиничного продукта			
Тема 3.1. Разработка комплекса маркетинга в сфере гостиничного хозяйства	Содержание	8	
	Составляющие комплекса маркетинга. Основные элементы комплекса маркетинга: продукт, цена, сбыт, продвижение. Специфика использования комплекса маркетинга в гостиницах. Товарная политика гостиницы. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. Жизненный цикл гостиничных продуктов: этапы, маркетинговые мероприятия. Создание и ввод новых продуктов и услуг.		
	Практические занятия	6	
	Определение каналов распространения товаров и услуг. Решение ситуационных задач на определение оптимальных каналов сбыта гостиничного продукта. Товарная реклама в индустрии гостеприимства. Определение стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Основы разработки гостиничного продукта. Определение себестоимости и стоимость гостиничного продукта. Проверочная работа		
Тема 3.2. Ценовая политика гостиницы	Содержание	12	
	Ценовая политика гостиницы. Цена гостиничного продукта и услуги. Специфика ценовой политики гостиницы. Факторы, влияющие на формирование цен в гостиницах. Ценообразование в гостинице: понятие, этапы. Виды цен. Стратегия ценообразования. Методы формирования цены: затратные и ценностные. Управление ценами.		

	Использование системы скидок и надбавок.		
	Практические занятия	6	
	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики конкурентов. Составить таблицу «Ценовые стратегии» Проверка знаний основных понятий. Сравнить и проанализировать прейскурант цен в гостиницах города. Выполнить тест Защита рефератов «Ценообразование в гостиничной индустрии», «Виды цен, их характеристика», «Стратегии ценообразования», «Ценовая политика средств размещения в городе Москва».		
Тема 3.3. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта	Содержание	12	
	Формирование спроса и стимулирование сбыта. Основные средства формирования спроса и стимулирования сбыта: реклама, личные продажи, публик 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.		
	Практические занятия	10	
	Решение задач. Изучение методов ФОССТС. Изучить Федеральный Закон «О рекламе». Семинар «История развития российской рекламы» Оценка эффективности сбытовой политики гостиницы. Создание макета рекламы гостиничного продукта (гостиничных услуг). Составление рекламного обращения гостиничного предприятия. Оценка эффективности рекламы. Защита презентаций «История рекламы», «Виды рекламы». «Типы рекламных кампаний». «Психология потребителя».		
	Самостоятельная работа Разработка гостиничного продукта и определение его характеристик и оптимальную номенклатуру услуг Подготовить рефераты: «Ценообразование в гостиничной индустрии», «Виды цен, их характеристика», «Стратегии ценообразования», «Ценовая политика средств размещения в городе Москва». Подготовить презентации «История рекламы», «Виды рекламы». «Типы рекламных	26	

	кампаний». «Психология потребителя». Нарисовать графики жизненного цикла продукта, по показателям объема продаж и прибыли во времени. Составить схему организации прямых и косвенных продаж. Ответить на вопрос «Роль персонала в реализации гостиничных услуг» Предложить товарный знак и фирменный стиль для гостиницы. Оформить таблицу «Методы ценообразования: достоинства, недостатки, область применения» Изучить материал и написать конспект по вопросу «Ценовые стратегии, используемые гостиничным предприятием» Изучить ФЗ «О рекламе» и написать требования к рекламе услуг. Написать конспект по вопросу «Виды ненадлежащей рекламы». Составить список пиар-акций для формирования имиджа гостиницы.		
	Реферативная работа Выбор и получения задания (темы); Разработки плана работы в тезисном виде. Составления списка литературы. Определение структуры. Оформление обязательных составляющих раздела «введения». Оформление теоретической части. Оформление практической части. Формулирование выводов и заключения. Оформление списка литературы и приложений. Внешнее оформление работы. Подготовка к защите . Защита .		
	Учебная практика Виды работ: Анализ службы маркетинга: назначение, функции. Выявление параметров сегментации целевого рынка. Составление структуры службы продажи и маркетинга: функции отделов, должностные обязанности сотрудников. Отработка взаимосвязи службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями Анализ потребителей гостиничного продукта: особенности поведения, потребности.	36	

	Отработка методов изучения и анализа предпочтений потребителей. Анализ макро- и микросреды гостиничного предприятия. Отработка методов формирования базы данных. Оценка эффективности сбытовой политики Определение рекламной политики рынка гостиничных услуг. Составление плана эффективности рекламы различных видов. Анализ факторов, влияющих на эффективность рекламы . Отработка методов изучения эффективности рекламных средств Определение конъюнктуры рынка гостиничных услуг Анализ конкуренции гостиницы. Составление таблиц : виды конкуренции и конкурентов в гостиничном бизнесе. Анализ гостиничного продукта: понятие, отличие от товара Выявление каналов сбыта гостиничного предприятия. Анализ ценовой политики гостиницы и ее конкурентов.		
	Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ: Анализ службы маркетинга: назначение, функции. Составление структуры службы продажи и маркетинга: функции отделов, должностные обязанности сотрудников Анализ взаимосвязи службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями Выявление параметров сегментации целевого рынка. Изучение факторов, влияющих на разработку и объем продаж гостиничного продукта Анализ потребителей гостиничного продукта: особенности поведения, потребности. Отработка методов изучения и анализа предпочтений потребителей. Анализ макро- и микросреды гостиничного предприятия. Отработка методов формирования базы данных.	72	
		331	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ МДК

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы МДК предполагает наличие:

- учебного кабинета

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета междисциплинарных курсов:

- посадочные места по количеству студентов;
- рабочее место преподавателя;
- экран, проектор, магнитная доска;
- дидактические пособия;
- программное обеспечение;
- комплект учебно-методической документации по профессиональным программам
- видеофильмы по различным темам.

Технические средства обучения:

- видеооборудование (мультимедийный проектор с экраном или телевизор или плазменная панель);
- компьютер;
- подключение к глобальной сети Интернет.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники:

Учебники и учебные пособия:

1. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг: учебное пособие для студ. высш. учебн. заведений/Н.Ю. Арбузова.-3 изд., испр. М.: Издательский центр «Академия», 2012. - 224с.
2. Асанова И. М. Деятельность службы приема и размещения : учебник для студ. высш. учебн. заведений / И. М. Асанова, А. А. Жуков. – М. : Издательский центр «Академия», 2011.–283с.
3. Асанова И. М. Организация культурно-досуговой деятельности: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / И. М. Асанова, С. О. Дерябина, В. В. Игнатьева.- 2-е изд., испр. и доп. - М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 192
4. Драчева Е.Л. Менеджмент. Практикум: учеб. для студ. сред.проф. учеб. заведений/Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.–304с.
5. Профессиональная этика и этикет: учеб.пособие для студ. учреждений высш. проф. образования / С.В. Дусенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательский центр «Академия», 2012. - 224 с.
6. Ёхина М.А. Организация обслуживания в гостиницах. – учеб. пособие для студ. учреждений сред. проф. образования /М.А.Ёхина.- 4-е издание, Издательский центр «Академия», 2012. – 208с.

7. Корнеев Н.И. Технология гостиничного сервиса: учебник для студентов учреждений высш. проф. Образования / Корнеев Н.В., Корнеева Ю.В., Емелина И.А. М.: Издательский центр «Академия», 2011. - 272 с.
8. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: учебник учебник для студ. высш. учебн. заведений / Морозов М.А., Морозова Н.С. - 7-е издание, стер. — М.: Изд. центр «Академия», 2009. — 240 с.

Электронная библиотека Znanium.com и Юрайт :

9. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. Учебное пособие. – Москва: Альфа-М- ИНФРА-М, 2011.
10. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов. Учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и допол. – М.: ИНФРА-М, 2009.
11. Тимонина Т.Л.: Гостиничный сервис: Учебное пособие для СПО, /РГГУ, 2020 г (Юрайт)
12. Семеркова Л.Н.: Технология и организация гостиничных услуг: Уч./. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015
13. Тимонина Т.Л., Гостиничный сервис, пособие для СПО/ РГГУ, 2020 г.
14. Можаяева, Н. Г. Гостиничный сервис : учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. — 2-е изд., испр. — Москва : ИНФРА-М, 2020.

Законодательные акты и документы

1. Гражданский кодекс РФ.
2. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1 (в ред. Федеральных законов от 09.01.1996 г. – 25.10.2007 г.)
3. Федерального закона № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» от 22 мая 2003 г.
4. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 06.08.2014) (13 марта 2006 г.)
5. Постановление Правительства РФ «Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» от 25апреля 1997 г. №490 (в ред. Постановления Правительства РФ от 02.10.1999г.-01.02.2005 г.)
6. Приказ Федерального агентства по туризму «Об утверждении системы классификации гостиниц и других средств размещения» от 21 июля 2005 г. №86.
7. Международные гостиничные правила, одобренные Советом Международной гостиничной ассоциации.

Дополнительные источники: Учебники и учебные пособия:

1. Безрутченко Ю.В.. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие .-М.: 2009-232 с..
2. Володоманова Н.Ю., Морозов М.А. Международные стандарты обслуживания для предприятий гостиничной индустрии: Учебник.- М.: Изд-во «Талер», 2001.
3. Драчева Е.Л. Менеджмент: учеб. для студ. сред.проф. учеб. заведений/Е.Л. Драчева, Л.И. Юликов. – 7-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2007.–288с.
4. Крутик А.Б., Решетова М.В. Предпринимательство в сфере сервиса. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования .- М.:2012-207 с.
5. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. – М.: Издательский центр «Академия», 2007
6. Синяева И. М.Маркетинг в коммерции.: Учебник/.- М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2009-207с.
7. Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве: Учеб. Пособие. - М: Финансы и статистика, 2005,-192 с: ил.

Журналы:

1. Журнал «Вестник ИНЖЭКОНа». Серия Экономика.
2. Журнал ««Гостиница и ресторан»
3. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
4. Журнал гостиничного бизнеса и индустрии гостеприимства «Отель»

Интернет-ресурсы

1. <http://www.travelmole.com>
2. www.hotelnews.ru
3. <http://www.stonef.ru/history.htm>
4. <http://all-hotels.ru> 9. <http://www.amadeus.ru/> 10. <http://www.gaomoskva.ru>
5. znanium.com (Электронная библиотека)

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Содержание программы модуля определяет конкретный вид профессиональный вид деятельности, к которой готовится выпускник: **Продажа гостиничного продукта**
Освоение программы модуля базируется на изучении общепрофессиональных

дисциплин: «Менеджмент», «Маркетинг», «Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности», «Экономика организации», «Бухгалтерский учет».

В целях реализации компетентного подхода к организации образовательного процесса, программа модуля предусматривает использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (деловых игр, разбора конкретных ситуаций, компьютерных симуляций) в сочетании с внеаудиторной самостоятельной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся. Теоретические занятия проводятся в кабинете организации деятельности службы приема, размещения и выписки гостей, практические занятия проводятся в лабораториях: гостиничный номер, службы приема и размещения гостей.

При проведении практических занятий в рамках освоения междисциплинарных курсов предлагается деление учебной группы на подгруппы численностью не менее 8 человек.

Программа профессионального модуля наряду с практическими занятиями включает самостоятельную работу. Большая часть внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся может быть выполнена в библиотеке и читальном зале с выходом в сеть Интернет.

Реализация программы модуля предполагает концентрированную учебную практику в объеме 36 часов и производственную практику (по профилю специальности) в объеме 72 часа, после изучения всех разделов модуля в гостиничных предприятиях. Обязательным условием допуска к учебной и производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля МДК.04.01 Организация продаж гостиничного продукта является освоение всех тем профессионального модуля. Учебная и производственная практика (по профилю специальности) направлена на формирование у студентов общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта по виду профессиональной деятельности: Прием, размещение и выписка гостей. Учебная и производственная практика (по профилю специальности) курируется преподавателем профессионального модуля.

Аттестация по итогам учебной и производственной практики (по профилю специальности) проводится на основании результатов, подтвержденных отчетами и дневниками практики студентов, а также отзывами руководителей практики от учебного заведения и с места прохождения практики.

Учебная и производственная практика (по профилю специальности) завершается зачетом освоения общих и профессиональных компетенций в 5,6 семестрах, для проведения зачета создается комиссия.

Результаты прохождения учебной и производственной практики (по профилю специальности) по модулю учитываются при проведении государственной (итоговой) аттестации.

Текущий контроль знаний и умений осуществляется при выполнении и защите практических работ, при решении ситуационных задач, выполнении тестовых заданий.

Освоение программы модуля завершается промежуточной аттестацией: квалификационным экзаменом в 6 семестре, результаты которого определяются в форме комплексной оценки общих и профессиональных компетенций. Квалификационный экзамен констатирует готовность студента к выполнению заявленного вида деятельности: **Продажа гостиничного продукта.**

По итогам квалификационного экзамена выносится решение: «вид профессиональной деятельности освоен/не освоен».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее профессиональное образование по специальности, соответствующее профилю модуля: **МДК.04.01 Организация продаж гостиничного продукта** Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися междисциплинарных курсов, учебной и производственной практике (по профилю специальности).

Данные преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.	- обоснованность проведения маркетингового исследования; - определение полноты и системности составления плана проведения изучения спроса; - выбор оптимальных методов сбора маркетинговой информации о спросе исходя из ситуации; - определение объема выборки для изучения спроса; - применение оперативность и выбор методов изучения спроса; - составление опросных листов, бланков наблюдений в соответствии с заданными критериями; - соблюдение полноты и грамотность составления профиля целевого сегмента; - соблюдение полноты и конкретность в определении запросов, потребностей целевых сегментов;	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: -на практических занятиях (при выполнении и защите практических работ, при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх, при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов, докладов и т.д.) - при проведении: опросов, контрольных работ, тестировании; - при выполнении работ на различных этапах учебной и производственной практики; - при проведении зачетов по учебной и производственной практике; -при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении квалификационного экзамена по модулю
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.	- соблюдение полноты и грамотность составления плана проведения	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе

	мероприятий в области формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС); - составление рекламных текстов для потребителей гостиничных услуг в соответствии с требованиями законодательства и заданными критериями; - выбор и использование эффективных средств маркетинговых коммуникаций для формирования спроса и стимулирования сбыта; - соблюдение комплексности и грамотности рекомендаций по формированию спроса и стимулирования сбыта; - соблюдение оперативности расчет эффективности проведения рекламных мероприятий	освоения образовательной программы: -на практических занятиях (при выполнении и защите практических работ, при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх, при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов, докладов и т.д.) - при проведении: опросов, контрольных работ, тестировании; - при выполнении работ на различных этапах учебной и производственной практики; - при проведении зачетов по учебной и производственной практике; -при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении квалификационного экзамена по модулю
ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.	- соблюдение полноты описания содержания слагаемых конкурентоспособности предприятия и услуги; - соблюдение качества и полноты составления профиля конкурента; - обоснованность рациональности выбора конкурентной стратегии исходя из ситуации; - обоснованность рациональности разработки мероприятий по позиционированию предприятия;	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: -на практических занятиях (при выполнении и защите практических работ, при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх, при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов, докладов и т.д.) - при проведении: опросов, контрольных работ, тестировании;

		- при выполнении работ на различных этапах учебной и производственной практики; - при проведении зачетов по учебной и производственной практике; -при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении квалификационного экзамена по модулю
ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.	- соблюдение полноты определения характеристики гостиничной услуги; - соблюдение оптимальности составления номенклатуры услуг предприятия в соответствии с запросами потребителей; - выбор рациональных способов продажи номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; - выбор рациональных методов ценообразования гостиничных услуг; -выбор рациональных и определение расчетов системы скидок, надбавок; - выбор средств распространения рекламных материалов о гостиничной услуге; - соблюдение качества содержания рекламных материалов; -поддерживание системности рекомендаций по улучшению комплекса маркетинга гостиничной услуги;	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: -на практических занятиях (при выполнении и защите практических работ, при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх, при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов, докладов и т.д.) - при проведении: опросов, контрольных работ, тестировании; - при выполнении работ на различных этапах учебной и производственной практики; - при проведении зачетов по учебной и производственной практике; -при выполнении и защите курсовой работы; - при проведении

		квалификационного экзамена 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.	-участие в работе научно-студенческих обществ, -выступления на научно-практических конференциях, -участие во внеурочной деятельности связанной с будущей профессией/специальностью (конкурсы профессионального мастерства, выставки и т.п.) - высокие показатели производственной деятельности	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: -на практических занятиях (при решении ситуационных задач, при участии в деловых играх: при подготовке и участии в семинарах, при подготовке рефератов, докладов и т.д.) - при выполнении и защите курсовой работы; - при выполнении работ на различных этапах учебной практики, - при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества	- при выполнении работ на различных этапах производственной практики
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- анализ профессиональных ситуации; -решение стандартных и нестандартных профессиональных задач	- при проведении: контрольных работ, зачетов, экзаменов по междисциплинарным курсам, экзамена
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	-эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики	

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- использование в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ	(квалификационного по модулю)
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	взаимодействие: - с обучающимися при проведении деловых игр, выполнении коллективных заданий (проектов), - с преподавателями, мастерами в ходе обучения, - с потребителями и коллегами в ходе производственной практики	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов), - ответственность за результат выполнения заданий.	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование и качественное выполнение заданий для самостоятельной работы при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики ; - определение этапов и содержания работы по реализации самообразования	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности; - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики	

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
умеет: 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;	Оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; • результатов тестирования.
знает: 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 рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта	Оценка в рамках текущего контроля: • результатов работы на практических занятиях; • результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; • результатов тестирования.