

**Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение
Иркутской области
«Иркутский колледж экономики, сервиса и туризма»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПМ.04 ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА**

МДК.04.01 Организация продаж гостиничного продукта

2016 г.

Программа профессионального модуля разработана на основе примерной программы профессионального модуля «Продажи гостиничного продукта», разработанной на основании Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) среднего профессионального образования (далее СПО) по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис (базовой подготовки) утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 7 мая 2014 г. N 475 г.

Одобрена предметно-цикловой комиссией
Председатель: _____
«05» _____ 2016 г.

Утверждаю:
Заместитель директора по учебной работе
_____ Т.И. Сарнавская
«05» _____ 2016 г.

Согласовано:
заместитель директора по научно-методической работе
_____ Т.Д. Соколова
«01» _____ 2016 г.

Рассмотрена на заседании НМС
Протокол № 2 от 15.05.2016

Организация-разработчик: Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Иркутской области «Иркутский колледж экономики, сервиса и туризма»

Разработчик:

Соколова И.С., преподаватель ВКК специальных дисциплин ГАПОУ ИКЭСТ

Рецензент:

СОДЕРЖАНИЕ

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

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 Продажи 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 (ВПД): «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;

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. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля для студентов заочного отделения:

всего – 264 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 156 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 10 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 146 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.

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04. «Продажи гостиничного продукта»

3.1. 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	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Раздел 1. ПМ 4. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг				
МДК 1. Организация продаж гостиничного продукта				
Тема 1.1. Современное состояние гостиничного бизнеса	Содержание		1	
	1.	Современное состояние гостиничного бизнеса.		2-3
	2.	Проблемы современного гостиничного бизнеса и пути их решения		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия (нет)			
Тема 1.2. Перспективы развития рынка гостиничных услуг	Содержание		1	
	1.	Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ.		2-3
	2.	Перспективы развития гостиничного бизнеса за рубежом.		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия (нет)			
Самостоятельная работа при изучении раздела 1. ПМ 4.		13		
Тематика домашних заданий				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 2. Подготовка сообщений «Современное состояние гостиничного бизнеса Ростова н/Д и области». 3. Составление словаря профессиональных терминов. 4. Подготовка конспектов. 				

Раздел 2. ПМ 4. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования			
Тема 2.1. Характерные особенности гостиничного продукта	Содержание		1
	1.	Понятие гостиничного продукта, гостиничный продукт как комплекс услуг	2-3
	2.	Характеристики и отличительные особенности гостиничного продукта	2-3
	3.	Комплексный гостиничный продукт и его составляющие.	2-3
	Лабораторные работы (нет)		
Практические занятия (нет)			
Тема 2.2. Методы формирования гостиничного продукта	Содержание		
	1.	Структура гостиничного продукта.	2-3
	2.	Уровни гостиничного продукта.	2-3
	Лабораторные работы (нет)		
	Практические занятия (нет)		
Самостоятельная работа при изучении раздела 2. ПМ 4.		13	
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.			
Раздел 3. ПМ 4. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия			
Тема 3.1. Этапы жизненного цикла гостиничного продукта	Содержание		1
	1.	Понятие жизненного цикла гостиничного продукта.	2-3
	2.	Концепция жизненного цикла гостиничного продукта и его этапы.	2-3
	Лабораторные работы (нет)		
	Практические занятия (нет)		
Тема 3.2. Маркетинговые мероприятия как особенности	Содержание		
	1.	Две теории о представлении гостиничного продукта на рынке.	2-3
	2.	Стратегии маркетинга гостиничной индустрии.	2-3

жизненного цикла гостиничного продукта	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия (нет)			
Самостоятельная работа при изучении раздела 3. ПМ 4.			13	
<p style="text-align: center;">Тематика домашних заданий</p> <p>1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.</p> <p>2. Презентация «Гостиничный продукт как комплекс услуг».</p> <p>3. Составление словаря профессиональных терминов.</p> <p>4. Подготовка конспектов.</p>				
Раздел 4. ПМ 4. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом				
Тема 4.1. Классификация потребностей гостя	Содержание		1	
	1.	Понятие запросов и предпочтений потребителя.		2-3
	2.	Основные системы классификация потребностей гостя.	2-3	
	Лабораторные работы (нет)			
		Практические занятия (нет)		
Тема 4.2. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.	Содержание			
	1.	Определение потребительских ценностей в сфере гостиничного бизнеса.		
	2.	Особенности маркетингового исследования потребительского поведения.		
	3.	Особенности маркетингового исследования потребительского поведения		
	Лабораторные работы (нет)			
		Практические занятия (нет)		
Самостоятельная работа при изучении раздела 4. ПМ 4.			13	
<p style="text-align: center;">Тематика домашних заданий</p> <p>1. Разбор ситуационных заданий по выявлению потребностей гостя.</p> <p>2. Составление словаря профессиональных терминов.</p> <p>3. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.</p> <p>4. Подготовка рефератов «Система социологических исследований в гостиничном бизнесе».</p>				

Раздел 5. ПМ 4. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя				
Тема 5.1. Понятие запросов и предпочтений потребителя	Содержание		1	
	1.	Понятие запросов и предпочтений потребителя в гостиничной индустрии.		2-3
	2.	Понятие запросов и предпочтений потребителя в гостиничной индустрии.		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия (нет)			
Тема 5.2. Методы изучения и оценки (анализа) потребительских запросов и предпочтений	Содержание			
	1.	Методы изучения и оценки потребительских запросов и предпочтений		2-3
	2.	Методы прогнозирования предпочтений и запросов потребителей.		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия (нет)			
Самостоятельная работа при изучении раздела 5. ПМ 4.			13	
Тематика домашних заданий				
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.				
2. Подготовка сообщений «Психологические модели покупательских мотиваций».				
3. Составление словаря профессиональных терминов.				
4. Разбор ситуационных заданий по анализу потребительских запросов.				
Раздел 6. ПМ 4. Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения				
Тема 6.1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей.	Содержание		1	
	1.	Потребительское поведение и целевые группы потребителей		2-3
	2.	Классификация факторов, обуславливающих поведение покупателей.		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия (нет)			
Тема 6.2. Определение потребительских ценностей и	Содержание			
	1.	Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей		2-3
	2.	Изучение и анализ системы ценностей потребителей		2-3

удовлетворения потребителей	Лабораторные работы (нет)		13	
	Практические занятия (нет)			
Самостоятельная работа при изучении раздела 6. ПМ 4.			13	
Тематика домашних заданий 1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 2. Составление словаря профессиональных терминов. 3. Подготовка сообщений «Модели кросс-культурного поведения».				
Раздел 7. ПМ 4. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта			1	
Тема 7.1. Сегмент рынка и позиционирование гостиничного продукта	Содержание			
	1.	Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. Характеристика признаков и методов сегментации.	2-3	
	2.	Позиционирование гостиничных продуктов и услуг.	2-3	
	Лабораторные работы (нет)			
Практические занятия (нет)				
Тема 7.2. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта				
	1.	Рынок гостиничных услуг. Процесс целевого маркетинга.	2-3	
	2.	Сегментация рынка гостиничных услуг. Определение целевого рынка.	2-3	
	3.	Позиционирование гостиничного продукта на рынке.	2-3	
	Лабораторные работы (нет)			
Практические занятия (нет)				
Самостоятельная работа при изучении раздела 7. ПМ 4.			13	
Тематика домашних заданий 1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 2. Подготовка рефератов «Позиционирование гостиничных продуктов, понятие и значение». 3. Составление словаря профессиональных терминов. 4. Подготовка презентации «Сегментирование гостиничного рынка».				

Раздел 8. ПМ 4. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице			
Тема 8.1. Формирование номенклатуры услуг в гостинице	Содержание		1
	1.	Понятия «ассортиментные группы и единицы гостиничных продуктов и услуг», «ассортиментная политика гостиницы».	2-3
	2.	Формирование характеристик номенклатуры услуг в гостинице.	2-3
	Лабораторные работы (нет)		
	Практические занятия (нет)		
Тема 8.2. Управление номенклатурой услуг в гостинице	Содержание		
	1.	Методы управления номенклатурой услуг в гостинице.	2-3
	2.	Анализ и управление текущим состоянием запасов по номенклатуре и ассортименту в гостинице.	2-3
	Лабораторные работы (нет)		
	Практические занятия (нет)		
Самостоятельная работа при изучении раздела 8. ПМ 4.		13	
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».			
Раздел 9. ПМ 4. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы			
Тема 9.1. Особенности продаж номерного фонда гостиницы	Содержание		1
	1.	Система продвижения и каналы распределения основных гостиничных услуг.	2-3
	2.	Каналы сбыта основных гостиничных услуг.	2-3
	3.	Прямые продажи, агентские продажи основных гостиничных услуг.	2-3
	Лабораторные работы (нет)		
	Практические занятия (нет)		
Тема 9.2. Особенности продаж дополнительных	Содержание		
	1.	Система продвижения и каналы распределения дополнительных гостиничных услуг.	2-3

услуг гостиницы	2.	Каналы сбыта дополнительных гостиничных услуг.		2-3
	3.	Прямые продажи, агентские продажи дополнительных услуг.		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
Практические занятия (нет)				
Самостоятельная работа при изучении раздела 9. ПМ 4.			13	
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.				
Раздел 10. ПМ 4. Специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, система скидок и надбавок				
Тема 10.1. Специфика ценовой политики гостиницы	Содержание		1	
	1.	Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия, особенности ценообразования в гостиничном бизнесе.		2-3
	2.	Выбор методов ценообразования.		2-3
	3.	Ценообразование на различных типах рынка.		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
Практические занятия (нет)				
Тема 10.2. Факторы, влияющие на формирование ценовой политики гостиничного продукта, система скидок и надбавок	Содержание			
	1.	Методика расчёта базисной цены гостиничного продукта.		2-3
	2.	Формирование ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок.		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия (нет)			
Самостоятельная работа при изучении раздела 10. ПМ 4.			13	
Тематика домашних заданий				
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.				
2. Составление словаря профессиональных терминов.				
3. Подготовка сообщений «Ценовые стратегии в гостиничном бизнесе».				
Раздел 11. ПМ 4. Специфика рекламы услуг и гостиничного продукта				

Тема 11.1. Специфика рекламы услуг	Содержание			
	1.	Реклама гостиничных предприятий, её роль и значение, функции, виды, правовая база.		2-3
	2.	Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, e-mail-маркетинг)		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
Практические занятия (нет)				
Тема 11.2. Специфика рекламы гостиничного продукта	Содержание			
	1.	Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. PR: понятие, назначение, виды мероприятий.		2-3
	2.	Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
Практические занятия (нет)				
Самостоятельная работа при изучении раздела 11. ПМ 4.			16	
Тематика домашних заданий				
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.				
2. Подготовка презентаций «Разработка программ стимулирования сбыта, оценка результатов».				
3. Составление словаря профессиональных терминов.				
4. Подготовка рефератов «Позиционирование гостиничных продуктов и услуг».				

Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности) Виды работ	72	
Знакомство с работой сотрудников службы продажи и маркетинга (отделом продаж)	3	2-3

Выявление и проведение анализа спроса на гостиничные услуги	3	2-3
Проведение анализа особенностей поведения потребителей гостиничных услуг	3	2-3
Проведение анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов	3	2-3
Создание базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков	3	2-3
Выявление конкурентов гостиничного предприятия	3	2-3
Определение характеристик гостиничного продукта и его оптимальной номенклатуры	3	2-3
Выявление каналов сбыта гостиничного предприятия	3	2-3
Определение стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	4	2-3
Проведение анализа ценовой политики гостиницы и её конкурентов	4	2-3
Проведение анализа эффективности используемых в гостинице рекламных средств и текстов	4	2-3
Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности))	36	
Виды работ		
Самостоятельно выявить параметры сегментации целевого рынка	4	3
Самостоятельно провести анализ возможности освоения новых сегментов рынка	4	3
Самостоятельно провести оценку эффективности сбытовой политики	4	3
Самостоятельно определить конъюнктуру рынка гостиничных услуг	4	3
Самостоятельно провести оценку конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта	5	3
Самостоятельно провести оценку качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству	5	3
Самостоятельно осуществить формирование комплекса дополнительных услуг гостиничного предприятия	5	3
Самостоятельно составление и разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности гостиничного предприятия	5	3
Всего	264	

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:

а) нормативно-правовые акты

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) от 21 октября 1994 года (по состоянию на 30.09.2011г.).
3. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 01.07.2011) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
4. Федеральный закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» № 26 – ФЗ – от 23.02.1995 года.
7. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 №1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в РФ»

б) основная литература

1. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учебное пособие. – М.: Инфра-М., 2012. – 304 с.
2. Сарафанова Е.В. Маркетинг туризма: учебное пособие / Е.В. Сарафанова, А.В. Яцук. – М.: Инфра-М., 2015. – 240 с.

3. Маркетинг гостиничных услуг: учебное пособие. – М.: Руконт. 2011. – Электронный ресурс. – 294 с. – 1,3 mgb.

в) дополнительная литература

1. Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С.Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с. [Режим доступа: <https://cloud.mail.ru/public/3nFh/crLERFbLV>]

2. Белова В.П. Менеджмент и маркетинг в туризме: учебное пособие. Ч. 1. – М.: МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича, 2013. – 189 с. – М.: Руконт, 2012. – Электронный учебник.

3. Маркетинг гостиничных услуг: учебное пособие / М. Турковский. – М.: Руконт, 2012. – Электронный учебник, 294 с.

4. Экономика туризма : учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хо-рева. –М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с. [Режим доступа: <https://cloud.mail.ru/public/3nFh/crLERFbLV>]

5. Брашнов Д.Г. Гостиничный сервис и туризм: учебное пособие / Д.Г. Брашнов. – М.: Инфра-М., 2015. – 224 с.

6. Розанова Т.П. Маркетинг услуг гостеприимства в туризме: учебное пособие. – М.: Ру-конт, 2012. – Электронный учебник, 131 с.

7. Романов В.А. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие /Д.А. Осипов, Д.И.Елканова, Е.В. Сорокина. Гл. 3. – М.: Руконт, 2015. – Электронный ресурс. – 265 с.

8. Уокер Д. Управление гостеприимством. Вводный курс. Учебник. - М.: Юнити-Дана, 2012. –880 с. Безрутченко Ю.В.. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие .-М.: 2009-232 с..

9. Крутик А.Б., Решетова М.В. Предпринимательство в сфере сервиса. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования .- М.: 2012-207с.

10. Синяева И. М. Маркетинг в коммерции: Учебник/. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009-207с.

11. Журнал «Вестник ИНЖЭКОНа». Серия Экономика.

12. Журнал ««Гостиница и ресторан»

13. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»

14. Журнал гостиничного бизнеса и индустрии гостеприимства «Отель»

15. www.hbr-russia.ru - Журнал Harvard Business Review - Россия.

г) 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.

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.

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>
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 	<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

	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 защите результатов практических
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 гостеприимства; - принимать стандартные и 	

	нестандартные решения в процессе идентификации продукции и услуг	занятий; - при выполнении работ на производственной практике; - при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями и кураторами практики в ходе обучения	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	- самоанализ и коррекция результатов собственной работы; - проявление ответственности за работу подчинённых, результат выполнения заданий	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и 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	



РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу учебной дисциплины
«Организация продаж гостиничного продукта»
по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация продаж гостиничного продукта» по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис разработана на основе ФГОС по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

Рабочая программа учебной дисциплины может быть использована для подготовки студентов обучающихся на заочном отделении.

В паспорте программы чётко определены цели и задачи дисциплины-требования к результатам освоения дисциплины.

Содержания дисциплины соответствует принципу единства теоретического и практического обучения. Разделы дисциплины выделены дидактически целесообразно. Содержание теоретического и практического обучения соответствует современным требованиям в изучении современных систем документационного обеспечения.

Объем времени достаточен для освоения указанных знаний и умений. Примерная тематика самостоятельных работ определена дидактически целесообразно и соответствуют современным требованиям, предъявляемым к составлению и оформлению документов, а также организации работы с документами. Показатели и требования, сформулированные в программе, соответствуют требованиям ФГОС. Основные показатели оценки результата позволяют однозначно диагностировать уровень сформированности знаний и умений студентов. Наименование форм и методов контроля и оценки освоения знаний и умений однозначно описывает процедуру аттестации.

Перечисленное оборудование обеспечивает проведение всех видов практических работ, предусмотренных программой дисциплины. Перечень рекомендуемой литературы общедоступен и соответствует современным требованиям, нормативно-правовые документы общедоступны и актуальны. Содержание программы соответствует требованиям Федерального государственного образовательного стандарта и может быть рекомендовано для образовательных учреждений среднего профессионального образования.

Рецензент:

Директор ООО «Маяк»

М.С. Победаш

