

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«СОВРЕМЕННАЯ ГУМАНИТАРНАЯ БИЗНЕС АКАДЕМИЯ  
(С УГЛУБЛЕННЫМ ИЗУЧЕНИЕМ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ)»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
**ПМ.04 ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА**  
программы подготовки специалистов среднего звена  
специальности 43.02.11 Гостиничный сервис  
(базовая подготовка)

г.о.Тольятти 2019 г.

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

Организация-разработчик: НОУ «Современная Гуманитарная Бизнес Академия»

Разработчик:

Николаева В.Д., преподаватель специальных дисциплин

## **СОДЕРЖАНИЕ**

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>   | стр.<br>4 |
| <b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>   | 6         |
| <b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО<br/>МОДУЛЯ</b>  | 7         |
| <b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ<br/>ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>  | 15        |
| <b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ<br/>ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА<br/>ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>     | 18        |
| <b>6. ПЛАНИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ<br/>АКТИВНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ<br/>ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ</b> | 21        |

## **1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **ПМ.04 Продажи гостиничного продукта**

#### **1.1. Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и повышении образования работников сферы гостиничного сервиса при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

#### **1.2. Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля**

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

##### **иметь практический опыт:**

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и 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. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Всего - **318** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося - **210** часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - **140** часов, в том числе практические занятия - **70** часов;

самостоятельной работы обучающегося – **70** часов;

учебная практика - **36** ч.;

производственная практика - **72** ч.

## 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

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

| Коды профессиональ<br>ных<br>компетенций       | Наименования разделов<br>профессионального модуля                 | Всего<br>часов | Объем времени, отведенный на освоение<br>междисциплинарного курса (курсов) |  |   |   |   | Практика          |  |
|--|---|----------------|--|--|---|---|---|-------------------|--|
|  |   |                | Обязательная аудиторная учебная<br>нагрузка обучающегося                   |  |   | Самостоятельная<br>работа<br>обучающегося |   | Учебная,<br>часов | Производствен<br>ная (по<br>профилю<br>специальности)<br>, часов |
|  |   |                | Всего,<br>часов  | в т.ч.<br>лабораторные<br>работы и<br>практические<br>занятия, часов | в т.ч.,<br>курсовая<br>работа<br>(проект),<br>часов | Всего,<br>часов                           | в т.ч.,<br>курсовая<br>работа<br>(проект),<br>часов |                   |  |
| 1  | 2   | 3              | 4  | 5  | 6   | 7   | 8   | 9                 | 10   |
| ПК 4.1<br>ПК 4.2<br>ПК 4.3<br>ПК 4.4<br>ОК 1-9 | Раздел 1.<br>Продажи гостиничного<br>продукта                     | 210            | 140  | 70   | -   | 70  | -   | -                 | -  |
| ПК<br>4.1.-4.4<br>ОК 1-9                       | Учебная практика, часов   | 36             |  |  |   |   |   | 36                | -  |
| ПК<br>4.1.-4.4<br>ОК 1-9                       | Производственная практика<br>(по профилю<br>специальности), часов | 72             |  |  |   |   |   | -                 | 72   |
|  | Всего:  | 318            | 140  | 70   | -   | 70  | -   | 108               |  |

### 3.2. Содержание обучения профессиональному модулю (ПМ)

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены) |   | Объем часов | Уровень освоения |
|---|--|---|-------------|------------------|
| 1   | 2  |   | 3           | 4                |
| Раздел ПМ 1. Продажи гостиничного продукта  |  |   |             |                  |
| МДК.04.01. Организация продаж гостиничного продукта                                       |  |   | 210         |                  |
| Тема 1.1. Характеристика рынка гостиничных услуг.   | Содержание учебного материала  |   | 12          |                  |
|   | 1  | Услуга: понятие, основные характеристики, классификация. Особенности гостиничных услуг. Состояние рынка гостиничных услуг. Тенденции, происходящие на рынке гостиничных услуг. Перспективы развития рынка гостиничных услуг. Гостиничный продукт: понятие, составляющие, методы формирования. | 4           | 1                |
|   | 2  | Экономические показатели деятельности гостиницы. Модели организации гостиничных цепей. Система франчайзинга. Франшиза. Роялти. Модель Ритца.  | 4           |                  |
|   | Практические занятия   |   |             |                  |
|   | ПЗ № 1, ПЗ № 2. Характеристика гостиничного рынка г. Тольятти  |   | 4           |                  |



|   |  |  |    |   |
|---|--|--|----|---|
| Тема 1.2.<br>Особенности<br>маркетинга гостиничных<br>услуг | <b>Самостоятельная работа:</b><br>1. Подготовить доклад на тему «История развития гостиничного бизнеса в г. Тольятти».<br>2. Составить список гостиниц г. Тольятти.  |  | 4  | 2 |
|   | <b>Содержание учебного материала</b>   |  | 30 |   |
|   | 1  | Потребности человека. Структура потребностей. Гостиничный продукт как средство удовлетворения потребностей людей.                        | 4  |   |
|   | 2  | Служба маркетинга: функции и назначение. Структура службы продажи и маркетинга, функции отделов и должностные инструкции сотрудников.    | 4  |   |
|   | 3  | Реализация концепции маркетинга в гостиницах. Сущность и содержание маркетинга гостиничных услуг. Цели и задачи гостиничного маркетинга. | 2  |   |
|   | 4  | Основные принципы маркетинга в гостиничном предприятии. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная. | 4  |   |
|   | <b>Практические занятия</b>  |  |    |   |
|   | ПЗ № 3, ПЗ № 4. Изучение типовых должностных инструкций сотрудников отдела продаж и маркетинга гостиницы. Ознакомление с требованиями к специалисту по маркетингу.   |  | 4  |   |
|   | ПЗ № 5, ПЗ № 6. Определение основных видов потребностей и товаров, как средства их удовлетворения  |  | 4  |   |
|   | ПЗ № 7, ПЗ № 8. Выявление потребностей и запросов целевой группы потребителей гостиничных услуг.   |  | 4  |   |
|   | ПЗ № 9, ПЗ № 10. Реализация принципов маркетинга в гостиничном предприятии.  |  | 4  |   |
|   | <b>Самостоятельная работа:</b><br>1. Подготовить доклад на тему «История развития маркетинга»<br>2. Написать мини-сочинение «Социально-экономическая значимость маркетинга в удовлетворении потребностей людей»<br>3. Описать свои потребности по модели А. Маслоу |  | 12 |   |

|   |  |   |           |   |
|---|--|---|-----------|---|
| <b>Тема 1.3.</b><br><b>Исследование рынка</b><br><b>гостиничных</b><br><b>услуг</b> | <b>Содержание учебного материала</b>   |   | <b>28</b> |   |
|   | 1  | Изучение потребностей потребителей гостиничного продукта. Исследование рынка: понятие, цели, необходимость проведения. Направления исследований. Исследование потребителей с целью выявления спроса на гостиничные услуги. Этапы и правила проведения исследований.             | 4         | 2 |
|   | 2  | 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. | 4         |   |
|   | 3  | Сегментирование рынка и позиционирование гостиничного продукта. Сегментирование рынка как метод изучения потребителей. Цели сегментирования, основные принципы. Критерии сегментирования рынка. Выявление целевых покупательских сегментов.                                     | 4         |   |
|   | 4  | Описание модели поведения целевых покупателей. Характеристика покупателей и процесс принятия решения о покупке гостиничных продуктов. Позиционирование гостиничного продукта в соответствии с целевым сегментом.  | 4         |   |
|   | <b>Практические занятия</b>  |   |           |   |
|   | ПЗ № 11, ПЗ № 12. Создание проекта программы исследования потребителей гостиничных услуг.  |   | 4         |   |
|   | ПЗ № 13, ПЗ № 14. Целевые группы потребителей гостиничных услуг и разработать модель покупательского поведения для них.  |   | 4         |   |
|   | ПЗ № 15, ПЗ № 16. Swot-анализ гостиницы г.Тольятти.  |   | 4         |   |
|   | <b>Самостоятельная работа:</b><br>1. Изучить примеры типовых анкет и методические указания по разработке анкет.<br>2. Разработать анкету для изучения потребностей потребителей.<br>3. Оформить таблицу «Характеристика методов маркетинговых исследований: достоинства и недостатки».<br>4. Составить список источников информации для исследования потребителей гостиничных услуг.<br>5. Составить схему «Модель покупательского поведения».<br>6. Разработать анкету для сегментирования покупательского рынка.<br>7. Написать возможные типы позиционирования гостиничного продукта. |   | 20        |   |

|   |  |   |           |     |
|---|--|---|-----------|-----|
| <b>Тема 1.4.<br/>Разработка<br/>комплекса маркетинга в<br/>сфере гостиничного<br/>хозяйства</b> | <b>Содержание учебного материала</b>                                 |   | <b>64</b> |     |
|   | 1  | Формирование товарной политики в гостиницах. Основные элементы комплекса маркетинга: продукт, цена, сбыт, продвижение. Специфика использования комплекса маркетинга в гостиницах. Товарная политика гостиницы.  | 4         | 1,2 |
|   | 2  | Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Жизненный цикл гостиничных продуктов: этапы, маркетинговые мероприятия. Создание и ввод новых продуктов и услуг.   | 4         |     |
|   | 3  | Продажа гостиничных услуг. Номерной фонд. Структура номерного фонда. Управление номерным фондом. Дополнительные услуги гостиниц: платные и бесплатные. Организация и предоставление дополнительных услуг.   | 4         |     |
|   | 4  | Способы продаж гостиничных услуг: прямые и косвенные. Оценка эффективности продаж. Роль персонала в продаже гостиничных услуг. Товарный знак. Формирование фирменного стиля.  | 4         |     |
|   | 5  | Цена гостиничного продукта и услуги. Специфика ценовой политики гостиницы. Факторы, влияющие на формирование цен в гостиницах. Ценообразование в гостинице: понятие, этапы разработки. Методы формирования цены: затратные и ценностные. Управление ценами. Использование системы скидок и надбавок.  | 4         |     |
|   | 6  | Формирование спроса и стимулирование сбыта. Основные средства формирования спроса и стимулирования сбыта: реклама, личные продажи, паблик рилейшнз, ярмарки и выставки. Специфика рекламы гостиничных услуг и продуктов. Характеристика средств распространения рекламы. Критерии выбора рекламных средств, в соответствии с целевым сегментом. Правила рекламы.              | 4         |     |
|   | 7  | Правовое регулирование рекламы. Бюджет рекламы. Эффективность рекламы. Стимулирование спроса: понятие, цели, методы. Паблик рилейшнз: понятие, цели, методы и средства. Техника личных продаж. Организация и проведение рекламных кампаний. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества и недостатки, специфика применения в гостиничном бизнесе. | 4         |     |
|   | <b>Практические занятия</b>  |   |           |     |
|   | ПЗ № 17, ПЗ № 18. Формирование номенклатуры услуг в гостинице.       |   | 4         |     |
|   | ПЗ № 19, ПЗ № 20. Организация и предоставление дополнительных услуг. |   | 4         |     |

|  |   |    |  |
|--|---|----|--|
|  | ПЗ № 21, ПЗ № 22. Оценка эффективности сбытовой политики гостиницы.   | 4  |  |
|  | ПЗ № 23, ПЗ № 24. Составление схемы организации прямых и косвенных продаж.  | 4  |  |
|  | ПЗ № 25, ПЗ № 26. Формирования цены на гостиничные продукты.  | 4  |  |
|  | ПЗ № 27, ПЗ № 28. Создание макета рекламы гостиничного продукта (гостиничных услуг).  | 4  |  |
|  | ПЗ № 29, ПЗ № 30. Создание рекламной кампании гостиницы.  | 4  |  |
|  | ПЗ № 31, ПЗ № 32. Оценка эффективности рекламы.   | 4  |  |
|  | ПЗ № 33, ПЗ № 34. Разработка и модификация нового гостиничного продукта(услуги).  | 4  |  |
|  | <b>Самостоятельная работа:</b><br>1. Нарисовать графики жизненного цикла продукта, по показателям объема продаж и прибыли во времени.<br>2. Составить схему организации прямых и косвенных продаж.<br>3. Ответить на вопрос «Роль персонала в реализации гостиничных услуг».<br>4. Предложить товарный знак и фирменный стиль для открывающейся гостиницы в г. Тольятти.<br>5. Оформить таблицу «Методы ценообразования: достоинства, недостатки, область применения».<br>6. Изучить материал и написать конспект по вопросу «Ценовые стратегии, используемые гостиничным предприятием».<br>7. Сравнить и проанализировать прейскуранты цен на гостиничные услуги в г. Тольятти.<br>8. Изучить ФЗ «О рекламе» и написать требования к рекламе услуг.<br>9. Написать конспект по вопросу «Виды ненадлежащей рекламы».<br>10. Заполнить таблицу «Сравнительная характеристика элементов маркетинговых коммуникаций: реклама, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта, личные продажи, ярмарки, выставки».<br>11. Составить программу стимулирующих мероприятий, используемых в гостинице.<br>12. Составить список пиар-акций для формирования имиджа гостиницы.<br>13. Написать пресс-релиз для рассылки в СМИ. | 30 |  |

|  |   |   |          |   |
|--|---|---|----------|---|
| <b>Тема 1.5</b><br><b>Конкурентоспособность</b><br><b>гостиничных услуг.</b> | <b>Содержание учебного материала</b>  |   | <b>6</b> |   |
|  | 1   | Конкурентоспособность гостиничных предприятий. Качество гостиничных услуг и категоризация гостиничных предприятий. Проблемы поддержания качества услуг и конкурентоспособности гостиницы. Стандарты качества. Управление качеством. Оценка конкурентоспособности гостиничных предприятий. | 4        | 2 |
|  | <b>Практические занятия</b>   |   |          |   |
|  | ПЗ № 35 Оценка конкурентоспособности гостиничных предприятий.   |   | 2        |   |
|  | <b>Самостоятельная работа:</b><br>1. Сравнить различные системы оценки качества гостиничных услуг.<br>2. Определить способы противодействия снижению качества гостиничных услуг.  |   | 4        |   |
| <b>Учебная практика</b>  | <b>Виды работ</b><br>1. Изучить и проанализировать предпочтения потребителей гостиничных услуг.<br>2. Разработать анкету для изучения предпочтения потребителей.<br>3. Выделить целевые сегменты потребителей.<br>4. Составить портрет потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками.<br>5. Разработать гостиничные продукты в соответствии с предпочтениями целевых потребителей.<br>6. Подготовить комплекс маркетинговых мероприятий для организации продаж, формирования спроса и стимулирования сбыта гостиничных услуг и продуктов.<br>7. Предложить методы продажи гостиничных продуктов.<br>8. Подготовить план проведения рекламной кампании гостиничных продуктов для различных сегментов.<br>9. Разработать макеты рекламных сообщений для целевых сегментов.<br>10. Выбрать и предложить средства распространения рекламы, время и способы размещения в СМИ.<br>11. Рассчитать бюджет рекламной кампании гостиничных продуктов.<br>12. Определить цены гостиничных продуктов. |   | 36       |   |

|   |   |            |  |
|---|---|------------|--|
| <b>Производственная практика (по профилю специальности)</b> | <b>Виды работ</b><br>1. Провести маркетинговые исследования клиентов гостиницы с целью выявления целевых сегментов.<br>2. На основе полученных результатов разработать модель покупательского поведения клиентских сегментов.<br>3. Сформировать предложения по расширению ассортимента гостиничных услуг в соответствии с полученными данными в ходе исследования.<br>4. Разработать комплекс мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничных услуг, рассчитав бюджет обозначенных мероприятий.<br>5. Подготовить предложения по улучшению организации продаж гостиничных продуктов и услуг в гостинице. | 72         |  |
|   | <b>Всего</b>  | <b>318</b> |  |

Для характеристики уровня усвоения 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**

##### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы модуля требует наличия учебного кабинета организации продаж гостиничного продукта.

##### **Оборудование учебного кабинета:**

- стол ученический 3-х местный;
- стол учительский;
- доска магнитная 3-х секционная;
- комплект мебели для аудиосистемы;
- выкатные ящики;
- стул полумягкий «Форма» с пюпитрами;
- стеллаж для компьютерной техники;
- вешало;
- жалюзи.

##### **Технические средства обучения:**

- интерактивная доска Hitachi FX-77 TRIO;
- проектор HITACHI;
- компьютер Compad dx 2200 Microlower;
- экран компьютерный LG FLATRON L 1530S;
- мобильная цифровая аудиосистема SARP X -BASS;
- ноутбук Lenovo :B50-30.

##### **4.2. Информационное обеспечение обучения.**

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

##### **Основные источники:**

1. Руденко Л.Л. Технологии гостиничной деятельности [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Л.Л. Руденко, Н.П. Овчаренко, А.Б. Косолапов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 176 с. — 978-5-394-02315-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57230.html>
2. Медлик С. Гостиничный бизнес [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса (230000) / С. Медлик, Х. Инграм. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 240 с. — 5-238-00792-2. — Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/71186.html>

### **Дополнительная литература**

3. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 320 с. ЭБС Znanium Режим доступа: <http://znanium.com/> по паролю
4. Овчаренко Н.П. Организация гостиничного дела [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Н.П. Овчаренко, Л.Л. Руденко, И.В. Барашок. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2015. — 204 с. — 978-5-394-02514-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/27035.html>

### **Журналы:**

1. Гостиничное дело - ЭБС IPRbooks Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/49328.html>
2. Ресторанный и гостиничный бизнес - Режим доступа: <http://prohotelia.com/magazine/>
3. Hotelier.PRO - Режим доступа: <http://hotelier.pro/>

### **Интернет- ресурсы:**

1. <http://all-hotels.ru> Все отели России (характеристика рынка гостиничных услуг России);
2. [www.hotelconsulting.ru](http://www.hotelconsulting.ru). Официальный сайт компании консалтинговых услуг Hotel Consulting and Development Group;
3. <http://media.prohotel.ru/novosti/32.html> Официальный сайт журнала PROОТЕЛЬ для ПРОфессионалов гостиничного дела;
4. <http://www.pir.ru/vestnik/261.html#1> Вестник ПИР – вестник индустрии гостеприимства.



### 4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение профессионального модуля **Продажи гостиничного продукта** производится в соответствии с учебным планом по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис и календарным графиком, утвержденным исполнительным директором Академии.

Образовательный процесс организуется строго по расписанию занятий, утвержденному исполнительным директором Академии.

Освоение профессионального модуля **Продажи гостиничного продукта** предполагает освоение МДК «Организация продаж гостиничного продукта» включающего в себя как теоретические, так и практические занятия. Перед началом освоения профессионального модуля **Продажи гостиничного продукта** обязательным является изучение дисциплин «Менеджмент», «Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности», а также изучение ПМ.03. Организация обслуживания гостей в процессе проживания, т. к. освоение ПК 4.1-4.4 данного модуля необходимо строить на основании знаний полученных при изучении данных дисциплин и ПМ.

С целью оказания помощи студентам при освоении теоретического и практического материала, выполнения самостоятельной работы разрабатываются учебно-методические комплексы.

С целью методического обеспечения прохождения производственной (по профилю специальности) практики разрабатываются методические рекомендации для студентов.

Учебная и производственная (по профилю специальности) практики проводятся концентрированно после изучения раздела профессионального модуля **Продажи гостиничного продукта**.

### 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

**Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):** наличие высшего профессионального образования, соответствующее профилю модуля **Продажи гостиничного продукта** и специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

**Педагогический состав:** дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

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

| Результаты<br>(освоенные<br>профессиональные<br>компетенции)           | Основные показатели<br>оценки результата   | Формы и методы<br>контроля и оценки                                       |
|--|--|---|
| ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- знает методы изучения спроса потребителей;</li> <li>- определяет источники получения информации для выявления спроса;</li> <li>- разрабатывает анкеты для выявления спроса;</li> <li>- исследует предпочтения целевых групп потребителей;</li> <li>- проводит сегментирование рынка для выявления целевых групп потребителей;</li> <li>- анализирует результаты исследований;</li> <li>- составляет модель покупательского поведения</li> </ul> | Форма – практическое задание.<br>Метод оценивания – сравнение с эталоном. |
| ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- знает методы формирования спроса и стимулирования сбыта;</li> <li>- разрабатывает программу стимулирования сбыта;</li> <li>- формирует содержание рекламных материалов;</li> <li>- выбирает средства распространения рекламы;</li> <li>- определяет эффективность рекламы</li> </ul>  | Форма – практическое задание.<br>Метод оценивания – сравнение с эталоном. |
| ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- знает методы оценки конкурентоспособности гостиничных услуг;</li> <li>- оценивает конкурентоспособность гостиничных услуг;</li> <li>- разрабатывает комплекс мероприятий для поддержания качества и конкурентоспособности гостиницы</li> </ul>  | Форма – практическое задание.<br>Метод оценивания – сравнение с эталоном. |

|  |   |   |
|--|---|---|
| ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- знает и характеризует элементы комплекса маркетинга;</li> <li>- разрабатывает гостиничные продукты и услуги в соответствии с целевыми сегментами;</li> <li>- организует продажи гостиничных продуктов и услуг;</li> <li>- оценивает эффективность сбытовой политики гостиницы;</li> <li>- подбирает средства продвижения гостиничных продуктов;</li> <li>- рассчитывает бюджет продвижения;</li> <li>- определяет цену гостиничного продукта и услуги;</li> <li>- разрабатывает программу комплексных маркетинговых мероприятий, направленных на организацию продаж и продвижение гостиничных продуктов и услуг</li> </ul> | Форма – практическое задание.<br>Метод оценивания – сравнение с эталоном. |
|--|---|---|

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.

| <b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>   | <b>Основные показатели оценки результата</b>   | <b>Формы и методы контроля и оценки</b>   |
|---|--|---|
| ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии;</li> <li>- качественно выполняет профессиональную деятельность в области организации продаж гостиничного продукта;</li> <li>- применяет знания на практике</li> </ul>   | Экспертное наблюдение и оценка в процессе учебной и производственной практик                |
| ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимает суть профессиональных задач;</li> <li>- выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач;</li> <li>- оценивает эффективность и качество выполнения профессиональных задач;</li> <li>- формулирует цель и задачи предстоящей профессиональной деятельности;</li> <li>- представляет конечный результат деятельности в полном объеме;</li> <li>- планирует и организывает предстоящую деятельность;</li> <li>- проводит рефлексию (оценивает и анализирует процесс и результат)</li> </ul> | Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий |

|   |  |   |
|---|--|---|
| ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет проблему в профессионально ориентированных ситуациях;</li> <li>- предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат;</li> <li>- планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию;</li> <li>- применяет навыки принятия решений в соответствии с ситуацией, демонстрирует ответственность за принятое решение</li> </ul> | Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий |
| ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- извлекает и анализирует информацию из различных источников;</li> <li>- понимает способы поиска и анализа информации;</li> <li>- работает с информацией (понимает замысел текста);</li> <li>- пользуется словарями, справочной и специальной литературой, периодикой, отчетами управляющих по продажам;</li> <li>- применяет найденную информацию для выполнения профессиональных задач</li> </ul>                                 | Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий |
| ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимает область применения различных компьютерных программ;</li> <li>- выбирает компьютерную программу в соответствие с решаемой задачей;</li> <li>- работает с информационными справочно-правовыми системами;</li> <li>- использует ПО для решения профессиональных задач;</li> <li>- пользуется электронной почтой, ресурсами локальных и глобальных информационных сетей</li> </ul>   | Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий |
| ОК 6 Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- использует конструктивные способы общения с коллегами, руководством, клиентами;</li> <li>- формулирует вопросы по проблемам использования маркетинга для организации продаж гостиничного продукта;</li> <li>- координирует свои действия с другими участниками общения;</li> <li>- контролирует свое поведение, свои эмоции, настроение</li> </ul>  | Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий |
| ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- берет на себя ответственность за общекомандный результат;</li> <li>- анализирует и корректирует результаты собственной работы;</li> <li>- ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий конечный продукт;</li> <li>- представляет конечный результат деятельности в полном объеме;</li> </ul>  | Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий |

|  |  |   |
|--|--|---|
| ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрирует стремление к самопознанию, самооценке, саморегуляции и саморазвитию;</li> <li>- определяет свои потребности в изучении дисциплины и выбирает соответствующие способы его изучения;</li> <li>- осуществляет самооценку, самоконтроль через наблюдение за собственной деятельностью;</li> <li>- реализует поставленные цели в деятельности;</li> <li>- представляет конечный результат деятельности в полном объеме;</li> <li>- понимает роль повышения квалификации для саморазвития и самореализации в профессиональной и личной сфере</li> </ul> | Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий |
| ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимает суть инноваций;</li> <li>- применяет новые методы и технологии в профессиональной деятельности;</li> <li>- адаптируется в новых ситуациях</li> </ul>   | Экспертная оценка результатов устного опроса. Оценка в ходе выполнения практических занятий |

## 6. ПЛАНИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АКТИВНЫХ И ИНТЕРАКТИВНЫХ ФОРМ И МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

| Краткая характеристика вида занятий    | Используемые активные и интерактивные формы | Объем занятий в интерактивных формах (часы) |
|--|---|---|
| <b>Лекции</b>                          | разбор конкретных ситуаций                  | 24  |
| <b>Практические занятия, семинары:</b> | опрос/коллоквиум                            | 25  |
| <b>Лабораторные занятия:</b>           | не предусмотрено                            | -   |
| <b>ВСЕГО:</b>                          |   | 49  |