

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
КАЗАНСКИЙ КООПЕРАТИВНЫЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)

Среднее профессиональное образование

ПМ 04 ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Специальность
43.02.11 Гостиничный сервис

Квалификация выпускника:
Менеджер

Казань 2019

Рабочая программа профессионального модуля «Продажи гостиничного продукта» (для 2019 года набора) разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности Гостиничный сервис, утвержденного Министерством образования и науки Российской Федерации 7 мая 2014 г., № 475, и учебного плана, утвержденного Ученым советом Российского университета кооперации

Разработчик:

Мурзаева Г.В., преподаватель кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма Казанского кооперативного института (филиала) Российского университета кооперации

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением кафедры естественных дисциплин, сервиса и туризма Казанского кооперативного института (филиала) от 13.03.2019, протокол №7

одобрена Научно-методическим советом Казанского кооперативного института (филиала) от 03.04.2019 протокол №5

утверждена Ученым советом Российского университета кооперации от 18.04.2019, протокол №4

© Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2019
© Мурзаева Г.В., 2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА»	4
1.1. Область применения программы.....	4
1.2. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы.....	4
1.3. Цели и задачи профессионального модуля	4
1.4 Результаты освоения профессионального модуля.....	5
1.5 Количество часов на освоение программы профессионального модуля	6
2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
2.1 Объем профессионального модуля и виды учебной работы.....	7
2.2 Тематический план профессионального модуля «Продажи гостиничного продукта»	8
2.3. Содержание профессионального модуля	10
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	21
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	21
3.2. Информационное обеспечение обучения	21
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ.....	22

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА»

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом от 7 мая 2014 № 475, и учебным планом, утвержденным ученым советом Российского университета кооперации по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Продажи гостиничного продукта» и соответствующих профессиональных компетенции:

ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.

ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.

ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.

ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

1.2. Место профессионального модуля в структуре основной образовательной программы

«Продажи гостиничного продукта» относится к профессиональным модулям (ПМ.04) и включает МДК 04.01 «Организация продаж гостиничного продукта», учебную практику и производственную практику (по профилю специальности).

1.3. Цели и задачи профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающейся 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 стимулирования сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;

- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;

- участие в разработке комплекса маркетинга;

уметь:

- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные

услуги;

- проводить сегментацию рынка;
- разработать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определить его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;
- оценить 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 гостиницы и гостиничного продукта.

1.4 Результаты освоения профессионального модуля

Изучение профессионального модуля направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

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. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), 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.

ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.

ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.

ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.

ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

1.5 Количество часов на освоение программы профессионального модуля

	Очная форма	Заочная форма
Количество часов на освоение профессионального модуля	278	278
Максимальная нагрузка по МДК 04.01, в том числе	170	170
обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося	120	20
самостоятельная работа	50	150
Учебная практика	36	36
Производственная практика (по профилю специальности)	72	72

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1 Объем профессионального модуля и виды учебной работы

очная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная нагрузка по модулю	278
Максимальная нагрузка по МДК 04.01(всего)	170
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	120
в том числе: лекции	58
практические занятия	62
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	50
Промежуточная аттестация по МДК 04.01 6 семестр – на базе основного общего образования 4 семестр – на базе среднего общего образования	дифференцированный зачет
Учебная практика	36
Производственная практика (по профилю специальности)	72
Промежуточная аттестация по ПМ04	Экзамен квалификационный

заочная форма обучения

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная нагрузка по модулю	278
Максимальная нагрузка по МДК 04.01(всего)	170
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	20
в том числе: лекции	10
практические занятия	10
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	170
Промежуточная аттестация по МДК 04.01 3 курс – на базе основного общего образования 2 курс – на базе среднего общего образования	дифференцированный зачет
Учебная практика	36
Производственная практика (по профилю специальности)	72
Промежуточная аттестация по ПМ04	Экзамен квалификационный

2.2 Тематический план профессионального модуля «Продажи гостиничного продукта»

очная форма обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отводимый на изучение междисциплинарного курса				Практика	
			Обязательная аудиторная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности)
			Всего, часов	в т.ч. лекции	в т.ч. практические занятия	Всего, часов		
ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3., ПК 4.4.	МДК. 04.01 «Организация продаж гостиничного продукта»	170	120	58	62	50		
	Учебная практика	36					36	
	Производственная практика (по профилю специальности)	72						72
	Всего	272						

заочная форма обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отводимый на изучение междисциплинарного курса				Практика	
			Обязательная аудиторная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности)
			Всего, часов	в т.ч. лекции	в т.ч. практические занятия	Всего, часов		
ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3., ПК 4.4.	МДК. 04.01 «Организация продаж гостиничного продукта»	170	20	10	10	150		
	Учебная практика	36					36	
	Производственная практика (по профилю специальности)	72						72
	Всего	272						

2.3. Содержание профессионального модуля

очная форма обучения

Наименование разделов ПМ, междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа студентов.	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 04. Продажи гостиничного продукта		272	
МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта		164	
Тема 1 Маркетинг – как концепция продажи гостиничного продукта	Содержание учебного материала: Маркетинговая деятельность в гостиничном бизнесе: цели, задачи. Служба маркетинга: функции, назначение	2	1
	Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок.	2	1
	Практическое занятие: Установление основных компетенций сотрудников отдела продаж и маркетинга. Ознакомление с требованиями к специалисту по маркетингу и должностными характеристиками.	4	2
	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя. Изучить перечень документов (нормативно-правовая база)	3	3
Тема 2 . Сегментация и позиционирование на рынке гостиничных услуг	Содержание учебного материала: Модель покупательского поведения на рынке гостиничных услуг, характеристика. Этапы совершения покупки гостиничного продукта.	2	1
	Сегментация потребителей на рынке гостиничных услуг. Целевой сегмент. Этапы сегментации	2	1
	Критерии и признаки сегментации гостиничных услуг. Позиционирование предприятия гостиничного сервиса, виды позиционирования.	2	1
	Практическое занятие: Изучение моделей покупательского поведения по целевым сегментам. Решение ситуаций	4	2
	Определение покупательских мотивов для целевых сегментов. Определение целевых	4	2

	сегментов по основным признакам сегментации.		
	Анализ возможности освоения новых сегментов рынка	2	2
	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя	5	3
Тема 3 Маркетинговые исследования в гостиничном бизнесе	Содержание учебного материала: Маркетинговая информация и маркетинговые исследования: понятие, значение, направления проведения, процедура исследований.	2	1
	Методы сбора маркетинговой информации для принятия решения по гостиничным услугам	2	1
	Практическое занятие: Разработка плана проведения маркетингового исследования с использованием различных методов сбора информации	2	2
	Разработка анкет для потребителей и специалистов с целью изучения спроса, степени удовлетворенности гостиничным продуктом	2	2
	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя.	4	3
Тема 4 Составляющие комплекса маркетинга в гостиничном бизнесе.	Содержание учебного материала: Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: продукт, цена, каналы сбыта, продвижение. Определение понятий «гостиничный продукт», «гостиничная услуга».	2	1
	Жизненный цикл гостиничного продукта, этапы, разновидности, маркетинговые мероприятия по управлению жизненным циклом гостиничного продукта	2	1
	Практическое занятие: Изучение жизненных циклов гостиничного продукта. Определение стадий жизненного цикла продукта. Решение ситуаций	2	2
	Разработка рекомендаций по совершенствованию гостиничного продукта в соответствии с запросами целевого сегмента	2	2

	<p>Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя</p>	4	3
<p>Тема 5 Цена и ценообразование на предприятиях гостиничной индустрии</p>	<p>Содержание учебного материала: Цена, факторы влияния, и виды ценовых политик (стратегий) гостиниц: характеристика и особенности использования</p>	2	1
	<p>Методы ценообразования, применяемые в гостиничном бизнесе, их характеристика</p>	2	1
	<p>Практическое занятие: Изучение методики ценообразования на гостиничные услуги, факторов влияния</p>	2	2
	<p>Решение ситуаций по изучению ценовых политик гостиниц</p>	2	2
	<p>Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя</p>	3	3
<p>Тема 6 Формы и технологии продаж гостиничного продукта</p>	<p>Содержание учебного материала: Каналы распределения гостиничных услуг. Каналы сбыта гостиничных услуг. Прямые продажи, агентские продажи. Ознакомление с техникой продаж гостиничных продуктов.</p>	2	1
	<p>Современные методы продажи гостиничного продукта, мировые тенденции</p>	2	1
	<p>Практическое занятие: Разработка мероприятий по организации сбыта гостиничного продукта для различных сегментных групп</p>	2	2
	<p>Решение ситуационных задач на определение оптимальных каналов сбыта гостиничного продукта</p>	2	2
	<p>Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя.</p>	3	3

Тема 7 Маркетинговые коммуникации в гостиничном бизнесе	Содержание учебного материала: Структура системы маркетинговых коммуникаций, формирующих спрос.	2	1
	Механизм воздействия на потребителя при помощи средств маркетинговых коммуникаций	2	1
	Практическое занятие: Изучение инструментов маркетинговых коммуникаций	2	2
	Изучение методов оценки эффективности маркетинговых коммуникаций	2	2
	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя	4	3
Тема 8 Продвижение гостиничного продукта	Содержание учебного материала: Продвижение гостиничной услуги: цели, функции, структура продвижения	2	1
	PR – мероприятия, характеристика, особенности применения. Стимулирование в продвижении гостиничного продукта	2	1
	Практическое занятие: Составление плана продвижения гостиничного продукта	2	2
	Разработка мероприятий по продвижению гостиничного продукта	2	2
	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя	3	3
Тема 9 Реклама – инструмент продвижения гостиничного продукта	Содержание учебного материала: Реклама – инструмент продвижения гостиничного продукта, виды рекламы, классификация рекламных средств	2	1
	Основные решения при создании рекламы. Особенности составления рекламных текстов	2	1
	Практическое занятие: Составление плана проведения рекламной компании	2	2
	Создание текстов по продвижению гостиничного продукта	2	2
	Самостоятельная работа:	3	3

	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя		
Тема 10 Оценка конкурентоспособности гостиничной услуги	Содержание учебного материала: Конкурентоспособность гостиничной услуги: понятие, характеристика составляющих конкурентоспособности услуг	2	1
	Этапы оценки конкурентоспособности гостиничных услуг	2	1
	Практическое занятие: Изучение продукта конкурентов	2	2
	Определение позиционирования гостиничного продукта, определение критериев конкурентоспособности Построение карт позиционирования	2	2
	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя	4	3
Тема 11 Оценка конкурентоспособности предприятий гостиничных услуг	Содержание учебного материала: Конкурентные стратегии, характеристика	2	1
	Конкурентоспособность предприятия, составляющие.	2	1
	Методы определения конкурентоспособности гостиниц	2	1
	SWOT-анализ конкурентов	2	1
	Мероприятия по повышению конкурентоспособности гостиничных предприятий	2	1
	Практическое занятие: Анализ конкурентной среды гостиничного предприятия	2	2
	Выявление приоритетных конкурентов	2	2
	Изучение алгоритма определения конкурентоспособности гостиничного предприятия	2	2
	Анализ ценовой политики конкурентов	2	2
	Выполнение расчёта себестоимости и стоимости гостиничного продукта.	2	2
	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя	9	3
Тема 12 Методы обеспечения роста продаж гостиничного	Содержание учебного материала: Факторы, способствующие расширению продуктовой линейки гостиничного продукта и выход предприятий размещения на смежный рынок медицинского и оздоровительного	2	1

продукта.	туризма.		
	Инновационные методы обеспечения роста продаж гостиничных продуктов и услуг на смежных рынках: «Check-Up» - программы и др.	2	1
	Практическое занятие: Разработка процедур и операции обеспечения роста продаж гостиничного продукта	2	2
	Оценка эффективности сбытовой политики гостиничных предприятий города	2	1
	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя	4	3
Тема13 Современные тенденции модернизации продаж гостиничного продукта	Содержание учебного материала: Этапы проведения модернизации политики продаж гостиничного продукта.	2	1
	Практическое занятие: Разработка процедур и операции модернизации продаж гостиничного продукта	2	2
	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя	1	3
	Всего по МДК 04.01	58/56/50	
Учебная практика		36	
Производственная практика (по профилю специальности)		72	

заочная форма обучения

Наименование разделов ПМ, междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа студентов.	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
ПМ 04. Продажи гостиничного продукта		272	
МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта		164	
Тема 1 Маркетинг – как концепция продажи гостиничного продукта	Содержание учебного материала: Маркетинговая деятельность в гостиничном бизнесе: цели, задачи. Служба маркетинга: функции, назначение	2	1
	Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок.	2	1
	Самостоятельная работа: Установление основных компетенций сотрудников отдела продаж и маркетинга.	4	3

	Ознакомление с требованиями к специалисту по маркетингу и должностными характеристиками.		
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя. Изучить перечень документов (нормативно-правовая база)	3	
Тема 2 . Сегментация и позиционирование на рынке гостиничных услуг	Содержание учебного материала: Модель покупательского поведения на рынке гостиничных услуг, характеристика. Этапы совершения покупки гостиничного продукта.	2	1
	Сегментация потребителей на рынке гостиничных услуг. Целевой сегмент. Этапы сегментации	2	1
	Критерии и признаки сегментации гостиничных услуг. Позиционирование предприятия гостиничного сервиса, виды позиционирования.	2	1
	Практическое занятие: Изучение моделей покупательского поведения по целевым сегментам. Решение ситуаций	4	2
	Определение покупательских мотивов для целевых сегментов. Определение целевых сегментов по основным признакам сегментации.	4	2
	Анализ возможности освоения новых сегментов рынка	2	2
	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя	5	3
Тема 3 Маркетинговые исследования в гостиничном бизнесе	Самостоятельная работа: Маркетинговая информация и маркетинговые исследования: понятие, значение, направления проведения, процедура исследований.	2	3
	Методы сбора маркетинговой информации для принятия решения по гостиничным услугам	2	
	Разработка плана проведения маркетингового исследования с использованием различных методов сбора информации	2	

	Разработка анкет для потребителей и специалистов с целью изучения спроса, степени удовлетворенности гостиничным продуктом	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя.	4	
Тема 4 Составляющие комплекса маркетинга в гостиничном бизнесе.	Самостоятельная работа: Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: продукт, цена, каналы сбыта, продвижение. Определение понятий «гостиничный продукт», «гостиничная услуга».	2	3
	Жизненный цикл гостиничного продукта, этапы, разновидности, маркетинговые мероприятия по управлению жизненным циклом гостиничного продукта	2	
	Изучение жизненных циклов гостиничного продукта. Определение стадий жизненного цикла продукта. Решение ситуаций	2	
	Разработка рекомендаций по совершенствованию гостиничного продукта в соответствии с запросами целевого сегмента	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя	4	
Тема 5 Цена и ценообразование на предприятиях гостиничной индустрии	Самостоятельная работа: Цена, факторы влияния, и виды ценовых политик (стратегий) гостиниц: характеристика и особенности использования	2	3
	Методы ценообразования, применяемые в гостиничном бизнесе, их характеристика	2	
	Изучение методики ценообразования на гостиничные услуги, факторов влияния	2	
	Решение ситуаций по изучению ценовых политик гостиниц	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя	3	
Тема 6 Формы и технологии продаж	Самостоятельная работа: Каналы распределения гостиничных услуг. Каналы сбыта гостиничных услуг. Прямые	2	3

гостиничного продукта	продажи, агентские продажи. Ознакомление с техникой продаж гостиничных продуктов.		
	Современные методы продажи гостиничного продукта, мировые тенденции	2	
	Разработка мероприятий по организации сбыта гостиничного продукта для различных сегментных групп	2	
	Решение ситуационных задач на определение оптимальных каналов сбыта гостиничного продукта	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя.	3	
Тема 7 Маркетинговые коммуникации в гостиничном бизнесе	Самостоятельная работа: Структура системы маркетинговых коммуникаций, формирующих спрос.	2	3
	Механизм воздействия на потребителя при помощи средств маркетинговых коммуникаций	2	
	Изучение инструментов маркетинговых коммуникаций	2	
	Изучение методов оценки эффективности маркетинговых коммуникаций	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя	4	
Тема 8 Продвижение гостиничного продукта	Самостоятельная работа: Продвижение гостиничной услуги: цели, функции, структура продвижения	2	3
	PR – мероприятия, характеристика, особенности применения. Стимулирование в продвижении гостиничного продукта	2	
	Составление плана продвижения гостиничного продукта	2	
	Разработка мероприятий по продвижению гостиничного продукта	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя. Подготовка докладов и рефератов с использованием методических рекомендаций преподавателя	3	
Тема 9 Реклама –	Самостоятельная работа:	2	3

инструмент продвижения гостиничного продукта	Реклама – инструмент продвижения гостиничного продукта, виды рекламы, классификация рекламных средств		
	Основные решения при создании рекламы. Особенности составления рекламных текстов	2	
	Составление плана проведения рекламной компании	2	
	Создание текстов по продвижению гостиничного продукта	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя	3	
Тема 10 Оценка конкурентоспособности гостиничной услуги	Самостоятельная работа: Конкурентоспособность гостиничной услуги: понятие, характеристика составляющих конкурентоспособности услуг	2	3
	Этапы оценки конкурентоспособности гостиничных услуг	2	
	Изучение продукта конкурентов	2	
	Определение позиционирования гостиничного продукта, определение критериев конкурентоспособности Построение карт позиционирования	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя	4	
Тема 11 Оценка конкурентоспособности предприятий гостиничных услуг	Самостоятельная работа: Конкурентные стратегии, характеристика	2	3
	Конкурентоспособность предприятия, составляющие.	2	
	Методы определения конкурентоспособности гостиниц	2	
	SWOT-анализ конкурентов	2	
	Мероприятия по повышению конкурентоспособности гостиничных предприятий	2	
	Анализ конкурентной среды гостиничного предприятия	2	
	Выявление приоритетных конкурентов	2	
	Изучение алгоритма определения конкурентоспособности гостиничного предприятия	2	
	Анализ ценовой политики конкурентов	2	
	Выполнение расчёта себестоимости и стоимости гостиничного продукта.	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя	9	
Тема 12 Методы обеспечения роста	Самостоятельная работа: Факторы, способствующие расширению продуктовой линейки гостиничного продукта и	2	3

продаж гостиничного продукта.	выход предприятий размещения на смежный рынок медицинского и оздоровительного туризма.		
	Инновационные методы обеспечения роста продаж гостиничных продуктов и услуг на смежных рынках: «Check-Up» - программы и др.	2	
	Разработка процедур и операции обеспечения роста продаж гостиничного продукта	2	
	Оценка эффективности сбытовой политики гостиничных предприятий города	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя	4	
Тема13 Современные тенденции модернизации продаж гостиничного продукта	Самостоятельная работа: Этапы проведения модернизации политики продаж гостиничного продукта.	2	3
	Разработка процедур и операции модернизации продаж гостиничного продукта	2	
	Систематическая проработка конспектов, учебной и дополнительной литературы (в соответствии с рекомендациями и указаниями преподавателя). Подготовка к практическому занятию с использованием методических рекомендаций преподавателя	1	
Всего по МДК 04.01		10/10/150	
Учебная практика		36	
Производственная практика (по профилю специальности)		72	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3.- продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля требует наличия кабинета *организации продаж гостиничного продукта*.

Оборудование учебного кабинета:

Стандартная и специализированная мебель:

Доска аудиторная;

Стол� аудиторные двухместные;

Стулья стандарт;

Стулья ученические.

Демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия:

Стенд «Основные туристские регионы РФ»;

Стенд «Виды туристских продуктов».

Оборудование, технические средства обучения:

Стойка ресепшн угловая;

Системный блок;

Монитор;

Переносное мультимедийное оборудование.

Программное обеспечение:

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All Lng Lic/SA Pack MVL Partners in Learning

b. Windows 8/

2. Система тестирования INDIGO.

3. Консультант + версия проф.

4. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox.

3.2. Информационное обеспечение обучения

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

Нормативно-правовые акты:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): [Текст]: офиц. текст по состоянию 8 декабря 2011 г. - М.: Издательство «Приор», 2011. – 460с.

2. Порядок классификации объектов в туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи. Утвержден приказом Минспорттуризма России от 25.01.2011 №35.

3. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации. Утверждены Постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. №1085

Основная литература:

Мазилкина, Е.И. Организация продаж гостиничного продукта : учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. - М. : ИНФРА-М, 2019. - 207 с. - (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1010664>

Гончарова, Л.П. Гостиничный сервис [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Л.П. Гончарова. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/987236>

Дополнительная литература:

Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.С. Барчуков [и др.]. — Москва : КноРус, 2016. — 167 с. - Режим доступа: <https://www.book.ru/book/918753>

Технология и организация гостиничных услуг [Электронный ресурс]: учебник /Л.Н.Семеркова [и др.]. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 320 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937927>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, а также выполнения обучающимися самостоятельной работы.

Оценка качества освоения программы модуля включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию по итогам освоения модуля

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги	- правильность выявления спроса на гостиничные услуги; - правильность проведения сегментации рынка, выявление параметров сегментирования и целевого рынка; - правильное выявление особенностей поведения потребителей - составление опросных листов - полнота и грамотность составления профиля целевого сегмента	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.	- правильность позиционирования гостиничного продукта; - грамотность выбора оптимальных методов формирования спроса и продвижения услуг предприятия; - оценка качественного анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов;	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен

	<ul style="list-style-type: none"> - полнота и грамотность анализа информации о рынке гостиничных услуг и создания базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков; - правильность выбора средств распространения рекламных материалов; - грамотность выбора целесообразности применения средств и методов маркетинга, выбирать и использовать наиболее рациональные из них. 	
<p>ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - точность и правильность определения конъюнктуры рынка; - правильность оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта; - грамотность оценки качества гостиничного продукта - рациональность разработки мероприятий по позиционированию предприятия 	<p>Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен</p>
<p>ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.</p>	<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 расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - Точность и грамотность расчета себестоимости и стоимости гостиничного продукта; - Правильность определения жизненного цикла услуги гостиницы; - Правильность выбора информации о ценах и ценовой политики конкурентов; - Грамотность составления рекламных текстов на услуги гостиницы; - Правильность выбора средств распространения рекламы, - Правильность определения эффективности рекламы; - Полнота и грамотность формирования базы данных и различных информационных ресурсов 	<p>Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен</p>

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций.

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.	Демонстрация интереса к будущей профессии, 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.	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области продаж гостиничного продукта	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Адекватность принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Адекватность отбора и использования информации профессиональной задачи	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен
ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.	Демонстрация навыков использования ИКТ в профессиональной деятельности.	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Владение навыками делового общения с преподавателями, обучающимися в ходе обучения	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.	Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. Применение новых технологий в ходе производственной практики. Демонстрация навыков самостоятельного поиска необходимой информации.	Тестовые задания. реферат, контрольная работа Экзамен Квалификационный экзамен