

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

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

Специальность
43.02.14 Гостиничное дело

Квалификация выпускника
Специалист по гостеприимству

Кизевич М.В. Основы маркетинга гостиничных услуг. Рабочая программа дисциплины. - Казань: Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации, 2021. – 18 с.

Рабочая программа дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» по специальности 43.02.14 Гостиничное дело составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09 декабря 2016 года №1552.

Рабочая программа:

обсуждена и рекомендована к утверждению решением Научно-методического совета «7» апреля 2021 г., протокол № 3.

© Казанский кооперативный институт, 2021
© Кизевич М.В., 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
1.1 Область применения рабочей программы	4
1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:	4
1.3. Цель и задачи дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины.....	4
1.4. Количество часов на освоение дисциплины	8
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8
2.1 Объем дисциплины и виды работы	8
2.2. Тематический план и содержание дисциплины	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ.....	13
3.1 Требования к материально-техническому обеспечению.....	13
3.2. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	13
3.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	14
3.4 Особенности реализации дисциплины для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ..	15

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» является частью основной профессиональной образовательной программы - программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Дисциплина относится к общепрофессиональному учебному циклу.

1.3. Цель и задачи дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины

Целью дисциплины является освоение системы знаний в области маркетинга гостиничных услуг.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:

- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составить план действия; определить необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);
- определять задачи поиска информации;
- определять необходимые источники информации;
- планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации;
- оценивать практическую значимость результатов поиска;
- оформлять результаты поиска;
- организовывать работу коллектива и команды;
- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;
- излагать свои мысли на государственном языке;

- оформлять документы;
- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- использовать современное программное обеспечение;
- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;
- участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;
- строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;
- кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые);
- писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
- планировать и прогнозировать продажи;
- осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;
- выделять целевой сегмент клиентской базы;
- собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
- ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
- разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
- выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;
- проводить обучение персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж;
- оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;
- определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;
- разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен знать:

- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
- основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях;

- методы работы в профессиональной и смежных сферах;
- структуру плана для решения задач;
- порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности;
- приемы структурирования информации;
- формат оформления результатов поиска информации;
- психология коллектива; психология личности;
- основы проектной деятельности;
- особенности социального и культурного контекста;
- правила оформления документов;
- современные средства и устройства информатизации;
- порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности;
- правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы;
- основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика);
- лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности;
- особенности произношения;
- правила чтения текстов профессиональной направленности;
- основы предпринимательской деятельности;
- основы финансовой грамотности;
- правила разработки бизнес-планов;
- порядок выстраивания презентации;
- кредитные банковские продукты;
- рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;
- способы управления доходами гостиницы;
- особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;
- особенности работы с различными категориями гостей;
- методы управления продажами с учётом сегментации;
- способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;
- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
- ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
- принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;
- методы максимизации доходов гостиницы;
- критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
- виды отчетности по продажам;

- нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж;
- перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;
- методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта;
- критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;
- виды отчетности по продажам.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь практический опыт:

- планирования потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале;
- организации деятельности сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявлении конкурентоспособности гостиничного продукта;
- оформления документов и ведения диалогов на профессиональную тематику на иностранном языке;
- контроля текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей определения эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта.

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих общих и профессиональных компетенций:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

ПК 4.1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.

ПК 4.2. Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.

ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.

1.4. Количество часов на освоение дисциплины

Объем образовательной программы дисциплины (суммарно) 130 часов, в том числе:

Обязательная часть 76 часов

Вариативная часть 54 часа

Объем образовательной программы дисциплины (суммарно) 130 часов, в том числе:

Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем 101 час;
самостоятельная работа обучающегося 20 часов;
промежуточная аттестация 9 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем дисциплины и виды работы

очная форма обучения

Вид учебной деятельности	Объем часов
Учебная нагрузка обучающихся (суммарно)	130
Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем	101
в том числе:	
<i>лекции</i>	60
<i>практические занятия</i>	40
<i>консультации</i>	1
Самостоятельная работа обучающегося	20
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена 4 семестр	9

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов всего/ в том числе в форме практической подготовки	Формируемые компетенции
1	2	3	4
Тема 1 Введение в маркетинг гостиничных услуг	Содержание учебного материала (Лекции)		
	1. Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.	4	ОК 01-02, ОК 04- 05, ОК 09-11, ПК 4.1-4.3
	2 Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.	4	ОК 01-02, ОК 04- 05, ОК 09-11, ПК 4.1-4.3
	3. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса.	4	ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК-05, ОК 09, ОК 10, ПК 4.2
	Практические занятия		
	1. Практическая работа – «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства».	2/2	ПК 4.1, ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды».	2/2	ПК 4.1, ПК 4.2
	3. Практическая работа – «Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия».	2/2	ПК 4.1, ПК 4.2
Самостоятельная работа		10	ПК 4.1, ПК 4.2
	1. Составление схемы взаимодействия в маркетинге. (подготовка рефератов)		
Тема 2 Рынок гостиничных услуг.	Содержание учебного материала (Лекции)		
	1. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, по-		ОК 01- 02, ОК 04- 05, ОК 09-

	требительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг.	4	11, ПК 4.1-4.2
	2. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг.	4	ОК 01- 02, ОК 04- 05, ОК 09- 11, ПК 4.1-4.2
	3. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.	4	ОК 01- 02, ОК 04- 05, ОК 09- 11, ПК 4.2
	Практические занятия		
	1. Практическая работа – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг».	2/2	ПК 4.1, ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.	2/2	ПК 4.1, ПК 4.2
Тема 3. Составляющие комплекса маркетинга.	Содержание учебного материала (Лекции)		
	1. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P). Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.	4	ОК 01- 02, ОК 04- 05, ОК 09- 11, ПК 4.2
	2. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга.	4	ОК 01- 02, ОК 04- 05, ОК 09- 11, ПК 4.1-4.2
	Практические занятия		
	1. Практическая работа – «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.	2/2	ПК 4.1, ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Разработка практических рекомендаций по формирова-	2/2	ПК 4.2

	нию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».		
	3. Практическая работа – «Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства».	2/2	ПК 4.2
Тема 4 Коммуникационная политика гостиничного предприятия	Содержание учебного материала (Лекции)		
	1. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).	4	ОК 01-02., ОК 04-05, ОК 09-10, ПК 4.2
	2. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.	4	ОК 01-02., ОК 04-05., ОК 09-11., ПК 4.2-4.3
	Практические занятия		
	1. Практическая работа – «Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки».	2/2	ПК 4.2
	2. Практическая работа – «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».	2/2	ПК 4.2
	3. Практическая работа – «Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)».	4/4	ПК 4.2
	Самостоятельная работа	10	
	1. Роль рекламы, её цели и основные характеристики, функции, виды, средства. Мерчандайзинг, паблик рилейшнз (подготовка реферата)		ПК 4.2
Тема 5 Методологические основы маркетинга	Содержание учебного материала (Лекции)		
	1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы госте-	4	ОК 01-ОК 02., ОК 04-05., ОК

говых исследований.	исследо- ваний.	приимства. Цели и задачи, объекты исследования. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации. Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.		09-10., ПК 4.1-ПК 4.2
		2. Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения.	4	ОК 01 02., ОК 04-05., ОК 09-10., ПК 4.2-4.3.
		Практические занятия		
		1. Практическая работа – «Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет».	4/4	ПК 4.1, ПК 4.2
		2. Практическая работа – «Отработка навыков составления анкет».	4/4	ПК 4.1, ПК 4.2
		3. Практическая работа - «Изучение специфики организованных покупателей на рынке услуг».	4/4	ПК 4.1, ПК 4.2
Тема 6	Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Содержание учебного материала (Лекции)		
		1. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг.	6	ОК 01-02., ОК 04-05., ОК 09-10., ПК 4.2
		2. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	6	ОК 01- 02., ОК 04-05., ОК 09-10., ПК 4.2
		Практические занятия		
		1. Практическая работа – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».	2/2	ПК 4.1- 4.3
		2. Практическая работа - «Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги».	2/2	ПК 4.2
		Консультации	1	
		Промежуточная аттестация	9	
		Всего:	130 часов	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия кабинета «Основы маркетинга».

Оборудование кабинета:

Стандартная учебная мебель:

Посадочные места по количеству обучающихся;

Компьютерные места для обучающихся;

Рабочее место преподавателя;

Учебная доска.

Столы аудиторные двухместные;

Стол письменный;

Стул;

Стулья ученические;

Кафедра.

Технические средства обучения:

Компьютер;

Мультимедийный проектор;

Проекционный экран.

Наглядные пособия.

3.2. Перечень нормативных правовых документов, основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю. Н. Абабков, М. Ю. Абабкова, И. Г. Филиппова ; под ред. Е. И. Богданова. — Москва : ИН-ФРА-М, 2020. — 214 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013962-3. - Текст : электронный // ЭБС Znanium.com [сайт]. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1072121> (дата обращения: 23.08.2020).

2. Беляев, В.И. Основы маркетинга сферы услуг : учебник / Беляев В.И., Бутакова М.М., Бутакова Е.В., Пяткова О.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 215 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07098-7. —Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт].— URL: <https://book.ru/book/934313> (дата обращения: 23.08.2020).

Дополнительная литература

1. Грибов, В.Д. Основы маркетинга сферы услуг : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, — 168 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-

06869-4. —Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт].— URL: <https://book.ru/book/930999> (дата обращения: 23.08.2020).

2. Умавов, Ю.Д. Основы маркетинга : учебное пособие / Умавов Ю.Д., Камалова Т.А. — Москва : КноРус, 2020.— 236 с. — ISBN 978-5-406-01072-3. —Текст : электронный // ЭБС Book.ru [сайт].— URL: <https://book.ru/book/934278> (дата обращения: 23.08.2020).

3. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450814> (дата обращения: 20.08.2020).

3.3. Перечень программного обеспечения, профессиональных баз данных, информационных справочных систем ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая профессиональные базы данных

- <https://www.book.ru/> - ЭБС Book.ru
- <http://www.iprbookshop.ru> - ЭБС IPRbooks
- <https://ibooks.ru/> -ЭБС Айбукс.ru/ibooks.ru
- <https://rucont.ru/> - ЭБС «Национальный цифровой ресурс «Руконт»
- <http://znanium.com/> - ЭБС Znanium.com
- <https://dlib.eastview.com/>- База данных East View

2. Информационно-справочные системы

СПС КонсультантПлюс. Компьютерная справочная правовая система, широко используется учеными, студентами и преподавателями (подписка на ПО)

3. Лицензионно программное обеспечение

1. Desktop School ALNG LicSAPk MVL.

a. Office ProPlus All LngLic/SA Pack MVL Partners in Learning (лицензия на пакет Office Professional Plus)

b. Windows 8

2. Консультант + версия проф.- справочная правовая система

3. Система тестирования INDIGO.

4. 1С: Предприятие 8

4. Свободно распространяемое программное обеспечение

1. AdobeAcrobat – свободно-распространяемое ПО

2. Интернет-браузеры Google Chrome, Firefox – свободно-распространяемое ПО

3.4 Особенности реализации дисциплины для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Лица, с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами (учебные пособия, материалы для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

В институте создана без барьерная среда, учитывающая потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья: с нарушениями зрения, с нарушениями слуха, с нарушениями опорно-двигательного аппарата.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Оценка качества освоения дисциплины включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию по итогам освоения дисциплины.

Текущий контроль проводится в форме:

- опроса;
- тестирования.
- защиты реферата.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена – 4 семестр.

Результаты обучения (умения, знания)	Формы контроля результатов обучения
В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь:	
<ul style="list-style-type: none">- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;- анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи;- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;- составить план действия; определить необходимые ресурсы;- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;- реализовать составленный план;- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника);- определять задачи поиска информации;	<ul style="list-style-type: none">Оценка результатов тестированияОценка результатов самостоятельной работы – защита рефератовОценка результатов проведенного экзамена.

- определять необходимые источники информации;
- планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации;
- оценивать практическую значимость результатов поиска;
- оформлять результаты поиска;
- организовывать работу коллектива и команды;
- взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами излагать свои мысли на государственном языке;
- оформлять документы;
- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач;
- использовать современное программное обеспечение;
- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы;
- участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;
- строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;
- кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые);
- писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;
- презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности;
- оформлять бизнес-план;
- рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;
- планировать и прогнозировать продажи;
- осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;
- выделять целевой сегмент клиентской базы;
- собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
- ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
- разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
- выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;
- проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж;
- оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;
- определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;
- разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен знать:**

- | | |
|--|--------------------|
| - актуальный профессиональный и социальный контекст, в | Оценка результатов |
|--|--------------------|

<p>котором приходится работать и жить;</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; - номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации; - психология коллектива; психология личности; - основы проектной деятельности; - особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов; - современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности; - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; - правила чтения текстов профессиональной направленности; - основы предпринимательской деятельности; - основы финансовой грамотности; - правила разработки бизнес-планов; - порядок выстраивания презентации; - кредитные банковские продукты; - рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; - способы управления доходами гостиницы; - особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; - особенности работы с различными категориями гостей; - методы управления продажами с учётом сегментации; - способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; - особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; - каналы и технологии продаж гостиничного продукта; - ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; - принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; 	<p>проведенного опроса.</p> <p>Проверка результатов самостоятельной работы - защит реферата</p> <p>Оценка результатов проведенного тестирования.</p> <p>Оценка результатов проведенного экзамена.</p>
--	---

<ul style="list-style-type: none"> - методы максимизации доходов гостиницы; - критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; - виды отчетности по продажам; - нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж; - перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; - методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта; - критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; - виды отчетности по продажам. 	
<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен иметь практический опыт:</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - планирования потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале; - организации деятельности сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы; - разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов; - выявлении конкурентоспособности гостиничного продукта; - оформления документов и ведения диалогов на профессиональную тематику на иностранном языке; - контроля текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей - определения эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта. 	<p>Оценка результатов проведенного опроса.</p> <p>Проверка результатов самостоятельной работы-защиты реферата</p> <p>Оценка результатов проведенного тестирования.</p> <p>Оценка результатов проведенного экзамена.</p>