

**Министерство образования и науки Самарской области**  
**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ**  
**ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ**  
**«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Приказ директора колледжа  
от 29.05.2020 г № 140 - 03

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

**Самара, 2020**

## ОДОБРЕНО

Предметно-цикловой  
(методической) комиссией  
Экономических дисциплин  
Председатель

Е А Каргопольцева

Составитель:

Крашенинникова З., преподаватель ГБПОУ «ПГК»

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного стандарта среднего профессионального образования по специальности **43.02.11 Гостиничный сервис**, утвержденной приказом Министерства образования и науки РФ от 7 мая 2014г № 475

Рабочая программа разработана по итогам исследования квалификационных запросов со стороны предприятий/организаций регионального рынка труда.

Рабочая программа ориентирована на подготовку студентов к выполнению технических требований конкурса WorldSkills.

Рабочая программа разработана в соответствии с методическими рекомендациями и шаблоном, утвержденном в ГБПОУ «Поволжский государственный колледж».

Содержание программы реализуется в процессе освоения студентами программы подготовки специалистов среднего звена по специальности **43.02.11 Гостиничный сервис**

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	Ошибка! Закладка не определена.
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	Ошибка! Закладка не определена.
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	Ошибка! Закладка не определена.
<b>3.1 Тематический план профессионального модуля</b>	Ошибка! Закладка не определена.
<b>3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю</b>	Ошибка! Закладка не определена.
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ....	Ошибка! Закладка не определена.
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	Ошибка! Закладка не определена.
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.....	31
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1.....	40
ПРИЛОЖЕНИЕ 1.2.....	Ошибка! Закладка не определена.
ПРИЛОЖЕНИЕ 2.....	Ошибка! Закладка не определена.

# ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ. 04. ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа ПМ) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 43.02.11 **Гостиничный сервис** базового уровня подготовки), разработанной в ГБПОУ «ПГК».

В рабочей программе профессионального модуля отражены требования квалификационных запросов ведущих предприятий/ организаций регионального рынка труда, которые составлены на основании анализа Кодекса делового поведения отелей гостиничной сети Marriott, ЕКТС, анкетирования специалистов отеля «Ренессанс Самара» гостиничной сети Marriott, «Holiday INN».

Рабочая программа профессионального модуля реализуется на основании договора о дуальном обучении с ведущими организациями регионального рынка труда – отелем «Ренессанс Самара» гостиничной сети Marriott, «Holiday INN».

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и в профессиональной подготовке работников области гостиничного сервиса (направление – прием, размещение и выписка гостей).

Рабочая программа составляется для очной формы обучения

### 1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля:

#### Базовая часть

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

#### **иметь практический опыт:**

Код	Наименование результата обучения
ПО 1	изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта;
ПО 2	разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
ПО 3	выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;
ПО 4	участия в разработке комплекса маркетинга;

#### **уметь:**

Код	Наименование результата обучения
У 1	выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;
У 2	проводить сегментацию рынка;
У 3	разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг
У 4	оценивать эффективность сбытовой политики;
У 5	выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;
У 6	формулировать содержание рекламных материалов;
У 7	собирать и анализировать информацию о ценах;

знать:

Код	Наименование результата обучения
Зн 1	состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;
Зн 2	гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;
Зн 3	особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;
Зн 4	потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;
Зн 5	методы изучения и анализа предпочтений потребителя;
Зн 6	потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;
Зн 7	последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;
Зн 8	формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;
Зн 9	особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
Зн 10	специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок;
Зн 11	специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта

Вариативная часть – не предусмотрена

Трудовые действия квалификационных требований работодателей:

Код	Наименование результата обучения
ТД1КвТ	Осуществляет анализ маркетинговых исследований спроса на гостиничные услуги.
ТД2КвТ	Участвует в разработке предложений по формированию спроса и стимулированию сбыта
ТД3 КвТ	Исследует пути повышения конкурентоспособности гостиничных услуг.
ТД4КвТ	Принимает участие в разработке программ по продвижению туристских продуктов

Умения квалификационных требований работодателей:

Код	Наименование результата обучения
У1 КТ	Проводить анализ тенденций развития рынка гостиничных услуг,
У2 КТ	Анализировать факторы, влияющие на реализацию оказываемых услуг,

	выявлять причины повышения и снижения спроса на гостиничные услуги
У3 КТ	Применять законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере гостиничных услуг.
У4КТ	Применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта
У5 КТ	Применять методы расчета прибыли, эффективности, рентабельности гостиничных предприятий
У6 КТ	Оценивать конкурентоспособность гостиничных услуг.
У7 КТ	Разрабатывать комплекс маркетинга

Знания квалификационных требований работодателей:

Код	Наименование результата обучения
31 КТ	.Закономерности и особенности развития рынка гостиничных услуг.
32 КТ	Конъюнктуру внутреннего и внешнего рынка.
33 КТ	Методы проведения маркетинговых исследований
34 КТ	.Законодательные акты, нормативные и методические материалы по маркетингу гостиничных услуг
35КТ	Методы оценки конкурентоспособности продукции
36 КТ	Связи и коммуникации, этика делового общения
37КТ	Факторы, влияющие на реализацию оказываемых услуг, причины повышения и снижения спроса на гостиничные
38 КТ	Ценообразование и ценовую политику;
39 КТ	Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития
310 КТ	Технические средства сбора и обработки информации
311 КТ	Опыт аналогичных отечественных и зарубежных фирм;
312 КТ	Структура комплекса маркетинга

С целью подготовки студентов к участию в конкурсе WS содержание рабочей программы профессионального модуля ориентировано на следующие технические требования WS (при наличии):

Технические требования WS:

Код	Наименование результата обучения
ТТ1 WS	Проведение анализа спроса на гостиничный продукт. Составление анкеты для изучения потребительского спроса на гостиничный продукт.
ТТ2 WS	Разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов
ТТ3 WS	Проведение анализа конкурентоспособности гостиничного продукта и организации
ТТ4 WS	Разработка ценовой политики гостиничного предприятия.

### 1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Вид учебной деятельности	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	202
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	232
Курсовая работа/проект	Не предусмотрено
Учебная практика	Не предусмотрено
Производственная практика	72
Самостоятельная работа студента (всего) в том числе:	44
Итоговая аттестация в форме (указать)	экзамен

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: **Продажи гостиничного продукта**, в том числе профессиональными (ПК), указанными в ФГОС по специальности **43.02.11 Гостиничный сервис**

Код
-----

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.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение трудовыми функциями квалификационных требований работодателей:

Код ТФ	Наименование трудовой функции
ТФ1	Выявление спроса на гостиничные услуги
ТФ2	Проводить формирование спроса и стимулирование сбыта.
ТФ3	Подготовка заключения о конкурентоспособности гостиничных услуг
ТФ4	Участвовать в разработке комплекса маркетинга

В процессе освоения ПМ у студенты должны овладеть общими компетенциями (ОК):

Код	Наименование результата обучения
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и

Код	Наименование результата обучения
	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 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.



### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 04. ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

#### 3.1 Тематический план профессионального модуля ПМ. 04. ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов <i>(макс. учебная нагрузка и практики)</i>	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика)</i>	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3. ПК 4.4.	МДК. 04.01. Организация продаж гостиничного продукта	130	160	84	-	44				
	Производственная практика (по профилю специальности)	72								72
	<b>Всего:</b>	<b>202</b>	<b>232</b>	<b>84</b>	<b>*</b>	<b>44</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>*</b>	<b>72</b>

## 2 Содержание обучения по профессиональному модулю

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)		Код образовательного результата	Объем часов	Уровень освоения
1	2			3	
ПМ 04. Продажи гостиничного продукта					
МДК.04.01. Организация продаж гостиничного продукта					
Тема 1.Рынок гостиничных услуг и его компоненты	Содержание			12	2
	1	Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг. Основные понятия и элементы рынка гостиничных услуг	ПК 4.1, Зн 1, Зн 2, ОК 01, ОК 03, ОК 09	2	
	2	Особенности российского рынка гостиничных услуг		2	
	3	Конъюнктура рынка гостиничных услуг. Факторы, характеризующие конъюнктуру рынка гостиничных услуг. Емкость рынка гостиничных услуг		2	
	4	Концепции и виды маркетинга		2	

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)		Код образовательного результата	Объем часов	Уровень освоения
<b>Тема 2. Маркетинговое исследование рынка гостиничных</b>					<b>2</b>
	5	<b>Объекты и субъекты маркетинга.</b> Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом	ПК 4.1, Зн 1, Зн 2, ОК 01, ОК 03, ОК 09	2	
	6	<b>Субъекты маркетинга.</b> Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения		2	
	<b>Лабораторные работы</b> (не предусмотрены)				
	<b>Практические занятия</b>			<b>14</b>	
	1	ПЗ № 1. Решение ситуационных задач по теме “Изучение роли маркетинга в деятельности организации	ПК 4.1, У 1, ОК 01, ОК 03, ОК 09	2	
	2	ПЗ № 2. Решение ситуационных задач по теме “Анализ спроса на гостиничный продукт”		2	
	3	ПЗ № 3. Анализ деловой ситуации “Оценка работы поставщиков гостиничного предприятия”		2	
	4	ПЗ № 4. Решение ситуационных задач по теме “Оценка поведения потребителей гостиничного продукта при совершении покупок”	ПК 4.1, У 1, ОК 01, ОК 03, ОК 09	2	<b>3</b>
	5	ПЗ № 5. Деловая игра “Практическое применение закона “О защите прав потребителей”		2	
	6	ПЗ № 6. Деловая игра “Анализ окружающей среды гостиничного предприятия”		2	

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)		Код образовательного результата	Объем часов	Уровень освоения
услуг	7	ПЗ № 7. Анализ деловой ситуации “Оценка конкурентной среды гостиничного предприятия”		2	
	<b>Содержание</b>			<b>8</b>	
	1	<b>Маркетинговая информационная система.</b> Виды маркетинговой информации.		2	<b>1</b>
	2	<b>Этапы подготовки проекта маркетингового исследования</b>		2	
	3	<b>Количественные методы маркетинговых исследований рынка гостиничного продукта.</b>	ПК 4.2, 4.4, Зн 3, Зн 4, ОК 02, ОК 04, ОК 07	2	
	4	<b>Качественные методы маркетинговых исследований рынка гостиничного продукта</b>		2	
	<b>Лабораторные работы (не предусмотрены)</b>			-	
	<b>Практические занятия</b>			<b>16</b>	
	1	ПЗ № 8. Решение ситуационных задач по теме “Составление плана маркетингового исследования”	ПК 4.2, 4.4, У 3, У 4, ОК	4	

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)		Код образовательного результата	Объем часов	Уровень освоения
	2	ПЗ № 9. Деловая игра” Овладение методикой проведения опроса потребителей гостиничного продукта по выявлению потребностей”	01, ОК 03, ОК 06	4	2
	3	ПЗ № 10. Анализ деловой ситуации “Определение степени известности гостиничного предприятия среди потребителей”		4	
	4	ПЗ № 11. Деловая игра “Исследование рынка гостиничных услуг методом глубинного интервью”	ПК 4.2, У 3, У 4, ОК 01, ОК 03, ОК 06	4	
<b>Тема 3. Сегментация рынка гостиничного продукта</b>	<b>Содержание</b>			<b>4</b>	
	1	<b>Понятие сегментации рынка. Критерии сегментации</b>		2	
	2	<b>Приемы позиционирования гостиничного продукта. Характеристика гостиничного продукта</b>	ПК 4.1, 4.4, Зн 1, Зн 2, ОК 02, ОК 05, ОК 08	2	2
	<b>Лабораторные работы (не предусмотрены)</b>				
	<b>Практические занятия</b>			<b>8</b>	
	1	ПЗ № 12. Анализ деловой ситуации “Сегментация рынка гостиничного продукта”	ПК 4.1, У 1, ОК 01, ОК 03, ОК 09	4	
2	ПЗ № 13. Решение ситуационных задач по теме		4		

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)		Код образовательного результата	Объем часов	Уровень освоения
	“Позиционирование гостиничного продукта”				3
<b>Тема 4. Продуктовая политика гостиничного предприятия</b>	<b>Содержание</b>			<b>10</b>	
	1	<b>Основные характеристики продуктовой номенклатуры.</b> Ассортиментные группы гостиничного продукта	ПК 4.2, Зн 3, Зн 4, ОК 02, ОК 03, ОК 06, ОК 8	2	2
	2	<b>Особенности формирования</b> продуктовой стратегии гостиничного предприятия		2	
	3	<b>Виды гостиничной продукции.</b> Ассортиментная политика организации		2	
	4	<b>Жизненный цикл гостиничной продукции.</b> Этапы жизненного цикла		2	
	5	<b>Методы оценки конкурентоспособности продукции.</b> Понятие конкурентоспособности; критерии конкурентоспособности (цена, качество).		2	
	<b>Лабораторные работы</b> (не предусмотрены)			-	
	<b>Практические занятия</b>			<b>8</b>	
	1	ПЗ № 14. Деловая игра “Разработка гостиничного продукта”	ПК 4.1, У 3, ОК 02, ОК 04, ОК 06, ОК 7	2	3
	2	ПЗ № 15. Решение ситуационных задач по теме “Анализ ассортиментной политики организации”		2	
	3	ПЗ № 16. Анализ деловой ситуации “Определение конкурентоспособности гостиничного продукта”		4	

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)		Код образовательного результата	Объем часов	Уровень освоения
<b>Тема 5. Ценовая политика гостиничного предприятия</b>					
	<b>Содержание</b>			<b>10</b>	
	1	<b>Ценообразование гостиничного продукта.</b> Понятие цены на гостиничные услуги.	ПК 4.1, Зн 10, Зн 2, ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 9	2	3
	2	<b>Методы ценообразования.</b> Затратный, директ-костинг		2	
	3	<b>Ценовая политика гостиничного предприятия.</b> Факторы, определяющие ценовую политику		2	
	4	<b>Ценовая стратегия гостиничного предприятия.</b> Понятие и виды издержек; издержки производства и пути их снижения.		2	
	5	<b>Эластичность спроса.</b> Концепция эластичности спроса: понятие эластичности; эластичность спроса; эластичность предложения.	ПК 4.3, Зн 10, Зн 2, ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 9	2	
	<b>Лабораторные работы (не предусмотрены)</b>				
	<b>Практические занятия</b>			<b>14</b>	
	1	ПЗ № 17. Решение ситуационных задач по теме “Анализ информации о ценах на гостиничные услуги”	ПК 4.3, У 4, ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 6	2	
2	ПЗ № 18. Деловая игра “Ознакомление с понятием тарифа, вариантами тарифов и методикой изменения цен на	4			

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)		Код образовательного результата	Объем часов	Уровень освоения
<b>Тема 6. Сбытовая политика гостиничного предприятия</b>		гостиничные услуги”			3
	3	ПЗ № 19. Анализ деловой ситуации “Определение эластичности спроса на гостиничный продукт по цене”	ПК 4.3, У 4, ОК 01, ОК 03, ОК 05, ОК 6	4	
	4	ПЗ № 20. Анализ деловой ситуации “Определение эластичности спроса на гостиничный продукт по доходу и перекрестной эластичности”		4	2
	<b>Содержание</b>			<b>8</b>	
	1	<b>Понятие о сбыте и сбытовой политике организации.</b> Понятие маркетинга сбыта гостиничного продукта; функции сбытового маркетинга; анализ практической ситуации.		2	2
	2	<b>Стратегии сбыта гостиничного продукта.</b> Виды стратегий сбыта; завоевание и удержание доли рынка; разбор практической ситуации.	ПК 4.2, ПК 4.3, Зн 5, Зн 6, Зн 7, Зн 8 ОК 02, ОК 05, ОК 8	2	
	3	<b>Каналы сбыта гостиничного продукта.</b> Прямые продажи, агентские продажи, корпоративные продажи.		2	
	4	<b>Виды посредников на рынке гостиничных услуг.</b> Роль посредников на рынке гостиничных услуг: туроператоры, турагенства		2	
	<b>Лабораторные работы</b> (не предусмотрены)				
	<b>Практические занятия</b>			<b>6</b>	
	1	ПЗ № 21. Решение ситуационных задач по теме “Оценка системы распределения гостиничного продукта”		2	



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)		Код образовательного результата	Объем часов	Уровень освоения
	2	ПЗ № 22. Анализ деловой ситуации “Управление запасами гостиницы”	ПК 4,2, ПК 4.3,	2	3
	3	ПЗ № 23. Решение ситуационных задач по теме “Разработка стратегии сбыта гостиничного продукта”	У 4, У3, ОК 02, ОК 06, ОК 8	2	
<b>Тема 7. Продвижение гостиничного продукта</b>	<b>Содержание</b>			<b>12</b>	
	1	<b>Понятие маркетинговых коммуникаций</b>			
	2	<b>Основные этапы программы продвижения гостиничного продукта.</b> Определение цели, оценка факторов, разработка стратегии и бюджета.	ПК 4.1, Зн 11, Зн 6, ОК 3, ОК 16	2	
	3	<b>Реклама и личные продажи.</b> Понятие рекламы; задачи и роль рекламы; типы рекламы; разработка рекламного объявления; техника личных продаж		2	
	4	<b>Связи с общественностью как средство маркетинговых коммуникаций.</b> Задачи; паблик релейшнз, формы и методы		2	
	5	<b>Стимулирование сбыта гостиничного продукта</b>		2	
	6	<b>Деловое общение.</b> Его виды. Правила делового общения		2	
	<b>Лабораторные работы (не предусмотрены)</b>				
	<b>Практические занятия</b>			<b>8</b>	
	1	ПЗ № 24. Решение ситуационных задач по теме “Организация рекламной кампании”	ПК 4.1, У 11, ОК 3, ОК 7	2	
	2	ПЗ № 25. Деловая игра “Практическое применение закона “О рекламе		2	
	3	ПЗ № 26. Решение ситуационных задач по теме “Овладение техникой ведения деловых переговоров”		2	
	4	ПЗ № 27. Деловая игра “Овладение методикой личных продаж гостиничного продукта		2	

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)		Код образовательного результата	Объем часов	Уровень освоения
<b>Тема 8. Персонал в комплексе маркетинга гостиничного продукта</b>	<b>Содержание</b>			<b>4</b>	
	1	<b>Роль персонала в комплексе маркетинга гостиничного продукта</b>	ПК 4.2, Зн 5, Зн 6, ОК 4, ОК 6, ОК 8	2	1
	2	<b>Методы мотивации персонала</b>		2	
	<b>Лабораторные работы (не предусмотрены)</b>			-	
	<b>Практические занятия</b>			<b>4</b>	
	1	ПЗ № 28. Анализ деловой ситуации “Оценка мотивационной среды организации гостиничного сервиса”	ПК 4.2, У 2, ОК 4, ОК 6, ОК 8	2	2
	2	ПЗ № 29. Решение ситуационных задач по теме “Оценка мотивационной структуры личности и разработка рекомендаций по мотивации сотрудника”		2	
	<b>Содержание</b>			<b>8</b>	
	1	<b>Виды планирования деятельности организации.</b> Планирование маркетинга	ПК 4.1, Зн 5, Зн 6, ОК 4, ОК 6, ОК 8	2	1
	2	<b>Методы планирования стратегии маркетинга.</b> SWOT - анализ		2	
3	<b>Организационное построение службы маркетинга гостиничного предприятия</b>	ПК 4.1, Зн 5, Зн 6, ОК 4, ОК 6, ОК 8	2		
4	<b>Контроль маркетинговой деятельности</b>				
<b>Лабораторные работы (не предусмотрены)</b>					
<b>Практические занятия</b>			<b>6</b>		

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)		Код образовательного результата	Объем часов	Уровень освоения
	1	ПЗ № 30. Анализ деловой ситуации “Разработка организационного построения службы маркетинга гостиницы	ПК 4.1, У 2, ОК 4, ОК 6, ОК 8	2	2
	2	ПЗ № 31. Решение ситуационных задач по теме “Установление основных компетенций сотрудников отдела маркетинга и отдела продаж гостиничного предприятия”		2	
	3	ПЗ № 32. Деловая игра “Разработка бюджета маркетинга”		2	
<p><b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b></p> <p><b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Доклад: Определение уровней гостиничного продукта</li> <li>2. Реферат на тему: Характеристика потребителей гостиничных услуг</li> <li>3. Разработка проекта маркетингового исследования отеля</li> <li>4. Реферат на тему: Сущность количественного метода</li> <li>5. Реферат на тему: Сущность качественного метода</li> <li>6. Реферат на тему: Признаки сегментации рынка</li> <li>7. Реферат на тему: Выбор целевого рынка</li> <li>8. Реферат на тему: После покупочные процессы в и поведения потребителей</li> <li>9. Сообщение на тему: Определение уровней гостиничного продукта.</li> <li>10. Сообщение на тему: Элементы фирменного стиля гостиницы</li> <li>11. Сообщение на тему: Факторы ценообразования на рынке гостиничных услуг</li> <li>12. Реферат на тему: Характеристика конкурентной среды гостиничного предприятия</li> </ol>					

<b>Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем</b>	<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)</b>	<b>Код образовательного результата</b>	<b>Объем часов</b>	<b>Уровень освоения</b>
<p>13. Доклад: Показатели конкурентоспособности гостиничного предприятия</p> <p>14. Сообщение на тему: Особенности ценообразования в</p> <p>15. Реферат на тему: Эластичность спроса и предложения гостиничного продукта</p> <p>16. Реферат на тему: Классификация издержек гостиничного предприятия</p> <p>17. Реферат на тему: Особенности ценообразования в гостиничном сервисе</p> <p>18. Доклад: Факторы, влияющие на ценообразование в гостиничном сервисе</p> <p>19. Доклад: Виды ценовых стратегий</p> <p>20. Сообщение на тему: Виды тарифов на гостиничные услуги</p> <p>21. Сообщение на тему: Виды посредников на рынке гостиничных услуг</p> <p>22. Реферат на тему: Сущность сбытовой политики гостиничного предприятия</p> <p>23. Реферат на тему: Роль рекламы в сбытовой политике гостиничного предприятия</p> <p>24. Сообщение на тему: Методы составления пресс релиза</p>				
<p><b>Производственная практика</b></p> <p><b>Виды работ:</b></p> <p>Знакомство с местом практики</p> <p>Инструктаж по технике безопасности</p> <p>Характеристика деятельности гостиничного предприятия</p> <p>Номенклатура гостиничных услуг</p>			<p>72</p>	

<p>Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем</p>	<p>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)</p>	<p>Код образовательного результата</p>	<p>Объем часов</p>	<p>Уровень освоения</p>
<p>Изучение качественных характеристик гостиничного продукта</p> <p>Участие в проведении маркетинговых исследований</p> <p>Определение позиций предприятия на рынке гостиничных услуг</p> <p>Определение продуктовой политики гостиничного предприятия</p> <p>Ценовая стратегия гостиничного предприятия.</p> <p>Изучение тарифного плана гостиничного предприятия</p> <p>Разработка анкеты, проведение анкетирования и анализ результатов.</p> <p>Работа с сайтом гостиничного предприятия</p> <p>Участие в рекламной компании гостиничного предприятия</p> <p>5 Работа с различными сегментами клиентов: туроператорами, корпоративными клиентами и др.</p> <p><b>Всего:</b></p>			<p>276</p>	

<b>Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем</b>	<b>Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)</b>	<b>Код образовательного результата</b>	<b>Объем часов</b>	<b>Уровень освоения</b>



## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

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

Реализация программы ПМ требует наличия учебных кабинетов профессиональных дисциплин -организации продаж гостиничного продукта.

#### Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методических пособий.

#### Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением и выходом в Интернет;
- мультимедийный комплект.
- *Место организации образовательного процесса*
- В соответствии с договором о дуальном обучении реализация РП ПМ предполагает проведение учебных занятий как в учебных кабинетах колледжа, так и на базе предприятий/организаций Самарской области – в отеле «Ренессанс Самара» гостиничной сети *Marriott*, «Holiday INN».

#### Перечень средств обучения:

1	Компьютеры	6	Медиа комплект
2	Экран настенный	7	Деловые игры и видео фильмы, отражающие содержание дисциплины
3	Экранно-звуковые пособия	8	фотоматериал на дисках
4	Компьютерные программы	9	электронные образовательные ресурсы
5	Комплект бланков документооборота	10	сайты Интернета

- 
- 

### 4.2. Информационное обеспечение обучения (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы)

#### Основные источники

##### Нормативные источники

1.ФЗ от 24 ноября 1996 №132 – ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»;



2. ФЗ РФ от 7 февраля 1992 № 2300 – 1 «О защите прав потребителей»;
3. Стандартная международная классификация средств размещения туристов – ВТО;
4. ГОСТ Р 51185 – 2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» – приказ № 518 – ст. ФА по тех регулированию и метрологии от 18 декабря 2008;
5. «Система классификации гостиниц и других средств размещения» – приказ ФА по туризму № 86 от 21 июля 2005;
6. Международные гостиничные правила – одобрены Советом Международной гостиничной ассоциации (МГА) от 2 ноября 1981;

### **Основные источники**

1. Балашова Е. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса.- М.: Издательство Вершина, 2015
2. Бальба Н.Г. Современные тенденции информационных технологий гостиничного управления // 5 звезд. Отели. Рестораны. Туризм. 2014. № 3.
3. Ёхина М.А. Организация обслуживания в гостиницах: учебное пособие для студентов среднего профессионального образования. - М: Академия ИЦ, 2015.
4. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. - М.: Академия 2015
5. Кусков А.С. Гостиничное дело. – М., ИТК «Дашков и К», 2016
6. Туризм и гостиничное хозяйство / учебное пособие под ред. Л.П. Шматько - М.: Изд-во «МарТ», 2014
7. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. - М: Альфа – М Издательский Дом, 2016.
8. Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к некоторым должностям работников гостиниц.
10. Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: учебное пособие. – М.: ИД«ФОРУМ»: ИНФРА\_М, 2014.
11. Гаврилова А.Е. Деятельность административно-хозяйственной службы. – М.: ИЦ«Академия», 2016.
12. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг. – М.: Академия, 2015.
13. Можаяева Н.Г., Рыбачек Г.В. Гостиничный сервис.- М.: АЛЬФА-М: ИНФРА-М, 2013.

### Для студентов

1. Брашнова Д.Г. Гостиничный сервис и туризм / Д.Г. Брашнова. - «Издательский Дом «Альфа-М», 2013.

2. Измайлова М.А. Психология и этика торговли / М.А. Измайлова. - ОИЦ «Академия», 2014.
3. Любавина Н.Л. Современные тенденции в развитии гостиничного бизнеса / Н.Л. Любавина. – ОИЦ “Академия”, 2015.

#### **Дополнительные источники**

##### Для преподавателей

1. Матюхина Ю.А. Организация туристской индустрии / Ю.А. Матюхина. – «Издательский Дом «Альфа-М», 2014.
2. Романов В.А. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование: учебное пособие / В.А. Романов, С.Н. Цветкова, Т.В. Шевцова и др. – М.:МарТ, 2015.

##### Для студентов

1. Белоусова С.Н. Маркетинг / С.Н. Белоусова, А.Г. Белоусов. – Ростов – н/Д: Феникс, 2015 – 397с.
2. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства / Авторизованный перевод с английского Е.Б. Цыганова. – М.: “Аспект – Пресс”, 2014.
3. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме. Учебное пособие / В.Г. Гуляев. – М.: ПРИОР, 2015.
4. [www.delovoy.spb.ru](http://www.delovoy.spb.ru) - сайт-каталог ресурсов сети Интернет по экономике, финансам, менеджменту, маркетингу
5. [www.devbusiness.ru](http://www.devbusiness.ru) – сайт «Развитие бизнеса»
6. [www.marketing.spb.ru](http://www.marketing.spb.ru) – сайт «Энциклопедия маркетинга»
7. [www.rwr.ru](http://www.rwr.ru) – сайт «Реклама в России»

**4.3. Информационное обеспечение практики** (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы)

#### **Основные источники**

#### **Нормативные источники**

- 1.ФЗ от 24 ноября 1996 №132 – ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ»;
2. ФЗ РФ от 7 февраля 1992 № 2300 – 1 «О защите прав потребителей»;
3. Стандартная международная классификация средств размещения туристов – WTO;

4. ГОСТ Р 51185 – 2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования» – приказ № 518 – ст. ФА по тех регулированию и метрологии от 18 декабря 2008;
5. «Система классификации гостиниц и других средств размещения» – приказ ФА по туризму № 86 от 21 июля 2005;
6. Международные гостиничные правила – одобрены Советом Международной гостиничной ассоциации (МГА) от 2 ноября 1981;

#### **4.3 Общие требования к организации образовательного процесса.**

Освоение ПМ04 «Продажи гостиничного продукта» производится в соответствии с учебным планом по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис и календарным графиком, утвержденным директором колледжа.

Образовательный процесс организуется строго по расписанию занятий, утвержденному заместителем директора по УР. График освоения ПМ предполагает последовательное освоение МДК.04.01. «*Организация продаж гостиничного продукта*», включающих в себя как теоретические, так и лабораторно-практические занятия.

Освоению ПМ предшествует обязательное изучение учебных дисциплин: Безопасность жизнедеятельности, Бухгалтерский учет, Экономика организации, Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности, Менеджмент, Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Изучение теоретического материала может проводиться как в каждой группе, так и для нескольких групп (при наличии нескольких групп на специальности).

#### ***Особенности организации образовательного процесса.***

*При реализации дуального обучения (элементов дуального обучения) учебные теоретические занятия проводятся в учебных кабинетах колледжа. Практические занятия проводятся в учебных кабинетах колледжа, также и на базе предприятий/организаций Самарской области. На основании договора о дуальном обучении очередность проведения занятий определяется учебным планом специальности и планом организации тренингов в отеле «Ренессанс Самара» гостиничной сети Marriott, «Holiday INN»*

В процессе освоения ПМ предполагается проведение рубежного контроля знаний, умений у студентов. Сдача точек рубежного контроля (ТРК) является обязательной для всех обучающихся. Результатом освоения ПМ выступают ПК, оценка которых представляет собой создание и сбор свидетельств деятельности на основе заранее определенных критериев.

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

С целью методического обеспечения прохождения учебной и/или производственной практики, выполнения курсового проекта/курсовой работы разрабатываются методические рекомендации для студентов.

При освоении ПМ04 «Продажи гостиничного продукта» каждым преподавателем устанавливаются часы дополнительных занятий, в рамках которых для всех желающих проводятся консультации. График проведения консультаций размещен на входной двери каждого учебного кабинета и/или лаборатории.

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «Продажи гостиничного продукта».

Текущий учет результатов освоения ПМ производится в журнале по ПМ. Наличие оценок по практическим занятиям (ЛР/ПЗ) и точкам рубежного контроля является для каждого студента обязательным. В случае отсутствия оценок за ЛР/ПЗ и ТРК студент не допускается до сдачи квалификационного экзамена по ПМ.

#### 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по МДК: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля “Продажи гостиничного продукта” и специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих проведение ЛПР: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля “Продажи гостиничного продукта” и специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты - преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: “Менеджмент”, “Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности”, “Экономика организации”.

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

#### (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги	<p><b>Процесс деятельности</b> - проведение маркетинговых исследований различными методами:</p> <p>1.Овладение методикой проведения опроса потребителей гостиничного продукта по</p>	<p>Экспертная оценка на практическом занятии (ПЗ), при выполнении работ по производственной практике</p>

	<p>выявлению потребностей”</p> <p><b>Продукт деятельности -</b></p> <p>составление анкеты по выявлению потребностей покупателей и их удовлетворенности работой гостиницы</p> <p>2.Определение степени известности гостиничного предприятия среди потребителей</p> <p><b>Продукт деятельности –</b> результат уровня известности у потребителей выбранной торговой марки</p>	
<p>ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт</p>	<p><b>Процесс деятельности -</b> организация рекламной кампании</p> <p>1.Составление рекламных сообщений, согласно структуре рекламного сообщения</p> <p>2.Овладение методикой расчета экономического эффекта от проведения рекламных мероприятий.</p> <p><b>Продукт деятельности –</b> рекламное сообщение; результат расчета.</p>	<p>Сравнение с эталоном на практическом занятии, при выполнении работ по производственной практике</p>
<p>ПК 4 3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг..</p>	<p><b>1.Процесс деятельности -</b> анализ информации о ценах на гостиничные услуги</p> <p><b>Продукт деятельности –</b> график зависимости выручки от цены на номер; определение оптимальной цены.</p> <p><b>2.Процесс деятельности -</b> . Проведение сбытовой политики гостиничного продукта</p> <p><b>Продукт деятельности –</b> результат расчета выгодного варианта сбыта.</p>	<p>Экспертная оценка на практическом занятии (ПЗ), при выполнении работ по производственной практике</p>

<p>ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга</p>	<p><b>1.Процесс деятельности -</b> разработка организационного построения службы маркетинга гостиницы</p> <p><b>Продукт деятельности –</b> расчет эффективности работы отделов маркетинга</p> <p><b>2. Процесс деятельности -</b> оценка мотивационной среды организации гостиничного сервиса</p> <p><b>Продукт деятельности –</b> разработка рекомендаций по мотивации сотрудников.</p>	<p>Сравнение с эталоном на практическом занятии, при выполнении работ по производственной практике</p>
---	--	--

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

к рабочей программе профессионального модуля основной части ФГОС СПО

**Ведомость соотнесения квалификационных запросов со стороны предприятий/организаций регионального рынка труда по профессии Менеджер по продажам гостиничного продукта, 5 уровня квалификации и ФГОС СПО по специальности 43.02.11. Гостиничный сервис**

<b>Обобщенная трудовая функция (ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ)</b>	<b>Вид профессиональной деятельности (ФГОС СПО)</b>
Формулировка ОТФ:	Формулировка ВПД:
<b>Менеджер по продажам гостиничного продукта</b>	<b>Продажа гостиничного продукта</b>
<b>Трудовые функции</b>	<b>ПК</b>
Осуществление выявления спроса на гостиничные услуги	ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги.
Формирование спроса и стимулирование сбыта	ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт.
Осуществление заключения о конкурентоспособности гостиничных услуг	ПК 4.3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
Участие в разработке комплекса маркетинга	ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга

Результаты квалификационных запросов	Технические требования WS	Образовательные результаты ФГОС СПО по ПМ		
Трудовая функция: Выявление спроса на гостиничные услуги		ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги.		
Трудовые действия		Практический опыт	Задания на практику	Самостоятельная работа
Осуществляет анализ маркетинговых исследований спроса на гостиничные услуги.		изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта,	1. Анализ характера спроса на гостиничный продукт. 2. Анализ окружающей среды гостиничного предприятия. 3. Проведение маркетинговых исследований различными методами. 4. Сегментация рынка гостиничных услуг.	Подготовка тезисов по теме “Проблемы развития российского рынка гостиничных услуг”  Подготовка сообщения по теме “Послепокупочные процессы в модели поведения потребителей”  Подготовка сообщения по теме “Личностные факторы поведения потребителей”
Необходимые умения		Умение	Практические задания	Подготовка сообщения по теме “Влияние референтных групп на поведение потребителей”
Проводить анализ тенденций развития рынка гостиничных услуг;  Анализировать факторы, влияющие на реализацию оказываемых услуг,		выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;  проводить сегментацию рынка.	ПЗ №1 Изучение роли маркетинга в деятельности организации”  ПЗ №2 Проведение анализа спроса на гостиничный продукт  ПЗ № 3 Изучение и анализ	Подготовка сообщения по теме “Рабочий план маркетингового исследования”  Составление сравнительной таблицы “Почтовый и телефонный виды опроса”



Результаты квалификационных запросов	Технические требования WS	Образовательные результаты ФГОС СПО по ПМ		
<p>выявлять причины повышения и снижения спроса на гостиничные услуги</p>			<p>субъектов маркетинга</p> <p>ПЗ№4 Проведение анализа окружающей среды гостиничного предприятия</p> <p>ПЗ№5 Составление плана маркетингового исследования</p> <p>ПЗ№6 Исследование рынка гостиничных услуг методом глубинного интервью</p> <p>ПЗ№7 Сегментация рынка гостиничных услуг</p>	<p>Составление сравнительной таблицы “Фокус – группа и глубинное интервью как методы маркетинговых исследований”</p> <p>Подготовка сообщения “Эксперимент в маркетинговых исследованиях”</p> <p>Подготовка сообщения по теме “Признаки сегментации”</p> <p>Подготовка сообщения по теме “Выбор целевого рынка”</p>
Необходимые знания		Знание	Темы	
<p>Закономерности и особенности развития рынка гостиничных услуг.</p> <p>Конъюнктуру внутреннего и внешнего рынка.</p> <p>Методы проведения маркетинговых</p>		<p>- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;</p> <p>- потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;</p> <p>последовательность маркетинговых</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг.</li> <li>2. Особенности российского рынка гостиничных услуг</li> <li>3. Концепции и виды маркетинга</li> </ol>	

Результаты квалификационных запросов	Технические требования WS	Образовательные результаты ФГОС СПО по ПМ		
<p>исследований</p> <p>Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития</p>		<p>мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта</p>	<p>4. Объекты маркетинга. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом</p> <p>5. Маркетинговая информационная система. Виды маркетинговой информации</p> <p>6. Этапы подготовки проекта маркетингового исследования</p> <p>7. Количественные методы исследования рынка гостиничных услуг</p> <p>8. Качественные методы исследования рынка гостиничных услуг</p> <p>Понятие сегментации рынка. Критерии сегментации</p>	
<p><b>Трудовая функция:</b></p> <p>Формирование спроса и стимулирование сбыта</p>		<p><b>ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт.</b></p>		

Результаты квалификационных запросов	Технические требования WS	Образовательные результаты ФГОС СПО по ПМ		
		Практический опыт	Задания на практику	Самостоятельная работа
Трудовые действия				
Участвует в разработке предложений по формированию спроса и стимулированию сбыта		разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка мероприятий по формированию спроса на гостиничный продукт</li> <li>2. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта на гостиничный продукт</li> </ol> Ведение деловых переговоров	Подготовка сообщения по теме “Модели управления запасами”
Необходимые умения		Умение	Практические занятия	
<p>Применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта</p> <p>Применять законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере гостиничных услуг;</p>		<p>- выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;</p> <p>- формулировать содержание рекламных материалов;</p> <p>- оценивать эффективность сбытовой политики;</p> <p>;</p>	<p>ПЗ № 12. Организация рекламной кампании</p> <p>ПЗ № 13. Овладение техника ведения переговоров</p> <p>ПЗ № 14. Овладение приемами маркетинговых коммуникации</p> <p>ПЗ № 15. Проведение работы по организации связи с общественностью</p>	<p>Подготовка сообщения по теме “Телевизионный маркетинг”</p> <p>Подготовка сообщения по теме “Имидж гостиничного предприятия”</p> <p>Составление сравнительной таблицы “Участие в выставках и ярмарках как средства стимулирования сбыта”</p>
Необходимые знания		Знание	Темы/ЛР	

Результаты квалификационных запросов	Технические требования WS	Образовательные результаты ФГОС СПО по ПМ		
<p>Законодательные акты, нормативные и методические материалы по маркетингу по маркетингу гостиничных услуг</p> <p>Связи и коммуникации; этика делового общения;</p>		<p>- специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок;</p> <p>- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.</p>	<p>Субъекты маркетинга. Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения</p> <p>Позиционирование продукта</p> <p>Реклама и личные продажи</p> <p>Правила делового общения Стимулирование сбыта при продвижении гостиничного продукта</p>	
<p><b>Трудовая функция:</b></p> <p>Подготовка заключения о конкурентоспособности гостиничных услуг</p>		<p><b>ПК 4.3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.</b></p>		
Трудовые действия		Практический опыт	Задания на практику	Самостоятельная работа
<p>Исследует пути повышения конкурентоспособности гостиничных услуг.</p>		<p>выявления конкурентоспособности и гостиничного продукта и организации;</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Методы анализа конкурентоспособности продукции</li> <li>2. Анализ ассортиментной политики гостиничного</li> </ol>	<p>- подготовка реферата по теме “Пути повышения конкурентоспособности гостиничных услуг ”;</p> <p>- подготовка сообщения по теме “Элементы фирменного стиля гостиничного</p>

Результаты квалификационных запросов	Технические требования WS	Образовательные результаты ФГОС СПО по ПМ	
			<p>предприятия</p> <p>3. Анализ системы распределения гостиничного продукта</p> <p>4. Анализ ценовой политики гостиничного предприятия</p> <p>5. Формирование мер по повышению конкурентоспособности гостиничного продукта</p> <p>предприятия”;</p> <p>-составление тезисов по теме “Факторы ценообразования на рынке гостиничных услуг”;</p> <p>-подготовка сообщения теме “Матрица БКГ”.</p> <p>”</p>
Необходимые умения		Умение	Практические занятия
<p>Применять методы расчета прибыли, эффективности, рентабельности гостиничных предприятий</p> <p>Оценивать конкурентоспособность гостиничных услуг</p>		<p>собирать и анализировать информацию о ценах;;</p>	<p>ПЗ № 8. Разработка гостиничного продукта.</p> <p>ПЗ № 9. Исследование информации о ценах на гостиничные услуги</p> <p>ПЗ № 10. Разработка ценовой стратегии</p> <p>ПЗ № 11. Проведение мероприятий по повышению конкурентоспособности</p>

Результаты квалификационных запросов	Технические требования WS	Образовательные результаты ФГОС СПО по ПМ		
			гостиничных услуг	
Необходимые знания.		Знание	Темы/ЛР	
Ценообразование и ценовую политику  Методы оценки конкурентоспособности продукции		-потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;  - методы изучения и анализа предпочтений потребителя	Методы оценки конкурентоспособности продукции  Требования к качеству услуг.  Цена продукции и методы ее формирования Концепция эластичности спроса	
<b>Трудовая функция:</b>  Участие в разработке комплекса маркетинга		<b>ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга</b>		
Трудовые действия		Практический опыт	Задания на практику	Самостоятельная работа
Принимает участие в разработке программ по продвижению туристских продуктов.		участия в разработке комплекса маркетинга;	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка продуктовой политики гостиничного предприятия</li> <li>2. Разработка ценовой политики гостиничного предприятия</li> <li>3. Разработка сбытовой политики гостиничного предприятия</li> <li>4. Разработка политики продвижения</li> </ol>	

Результаты квалификационных запросов	Технические требования WS	Образовательные результаты ФГОС СПО по ПМ	
			гостиничного продукта 5. Планирование маркетинговой деятельности предприятия
Необходимые умения		Умение	Практические занятия
Разрабатывать комплекс маркетинга		-разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;  ;;	ПЗ № 8. Разработка гостиничного продукта.  ПЗ № 9. Исследование информации о ценах на гостиничные услуги  ПЗ № 10. Разработка ценовой стратегии  ПЗ № 11. Проведение мероприятий по повышению конкурентоспособности гостиничных услуг
Необходимые знания.		Знание	Темы/ЛР
Факторы, влияющие на реализацию оказываемых услуг, причины повышения и снижения спроса на гостиничные услуги;  технические средства сбора и обработки		- гостиничный продукт, характерные особенности, методы формирования;  - особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые	1. Маркетинговое понимание продукта 2. Виды гостиничной продукции. Ассортиментная политика организации 3. Жизненный цикл гостиничной продукции 4. Ценовые стратегии организации

Результаты квалификационных запросов	Технические требования WS	Образовательные результаты ФГОС СПО по ПМ	
<p>информации;</p> <p>опыт аналогичных отечественных и зарубежных фирм;</p> <p>структура комплекса маркетинга.</p>		<p>мероприятия;</p> <p>– формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;</p> <p>– особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Стратегии сбыта гостиничного продукта</li> <li>6. Понятие маркетинговых коммуникаций</li> <li>7. Связи с общественностью как средство маркетинговых коммуникаций</li> <li>8. Роль персонала в комплексе маркетинга гостиничного продукта</li> <li>9. Методы мотивации персонала</li> <li>10. Виды планирования деятельности организаций. Планирование маркетинга</li> <li>11. Методы планирования стратегии маркетинга. SWOT – анализ</li> <li>12. Маркетинговая часть бизнес – плана</li> <li>13. Организационное построение службы маркетинга гостиницы</li> </ol>





## ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1

к рабочей программе профессионального модуля **ПМ. 04 «Продажа гостиничного продукта»** Выполнение работ по одной или нескольким профессиям, разработанного на основе изучения квалификационных требований работодателей

---

### Перечень квалификационных требований производственных компаний/организаций, установленных в ходе изучения квалификационных запросов к деятельности рабочих

**и/или специалистов**

**по специальности 43.02.11 *Гостиничный сервис***

<b>Трудовая функция</b>	Выявление спроса на гостиничные услуги
Трудовые действия	Осуществляет анализ маркетинговых исследований спроса на гостиничные услуги
Умения	Проводить анализ тенденций развития рынка гостиничных услуг, Анализировать факторы, влияющие на реализацию оказываемых услуг, выявлять причины повышения и снижения спроса на гостиничные услуги ;
Знания	Закономерности и особенности развития рынка гостиничных услуг. Конъюнктуру внутреннего и внешнего рынка. Методы проведения маркетинговых исследований Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития
<b>Трудовая функция</b>	Формирование спроса и стимулирование сбыта
Трудовые действия	Участствует в разработке предложений по формированию спроса и стимулированию сбыта
Умения	Применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта Применять законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере гостиничных услуг;
Знания	Законодательные акты, нормативные и методические материалы по маркетингу гостиничных услуг Связи и коммуникации; этика делового общения;
<b>Трудовая функция</b>	Подготовка заключения о конкурентоспособности гостиничных услуг
Трудовые действия	Исследует пути повышения конкурентоспособности гостиничных услуг

Умения	Применять методы расчета прибыли, эффективности, рентабельности гостиничных предприятий Оценивать конкурентоспособность гостиничных услуг
Знания	Ценообразование и ценовую политику Методы оценки конкурентоспособности продукции
<b>Трудовая функция</b>	Участие в разработке комплекса маркетинга
Трудовые действия	Принимает участие в разработке программ по продвижению туристских продуктов.
Умения	Разрабатывать комплекс маркетинга
Знания	Факторы, влияющие на реализацию оказываемых услуг, причины повышения и снижения спроса на гостиничные услуги Технические средства сбора и обработки информации; Опыт аналогичных отечественных и зарубежных фирм; Структура комплекса маркетинга

Руководитель рабочей группы

(методист) \_\_\_\_\_ С.Н. Дерявская

Член рабочей группы

(преподаватель) \_\_\_\_\_ Л.Н. Наквакина

Член рабочей группы

(преподаватель) \_\_\_\_\_ Г.Н. Щучкина

Представители «RenaissanceSamaraHotel»:

Директор по персоналу \_\_\_\_\_ А.В.Суботина

Супервайзер отдела гостиничного хозяйства \_\_\_\_\_ Е.В.Соломатина

М.П.

Представители «HolidayInnSamara»:

Директор по персоналу \_\_\_\_\_ И.А.Федорова

Менеджер гостиничного хозяйства \_\_\_\_\_ Л.В.Рубан

М.П.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 2

к рабочей программе профессионального модуля

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

№ п/п	Тема учебного занятия	Кол-во часов	Активные и интерактивные формы и методы обучения	Код формируемых компетенций
1.	ПЗ № 3. «Субъекты маркетинга» Оценка работы поставщиков гостиничного предприятия. Оценка поведения потребителей гостиничного продукта при совершении покупок. Защита прав потребителей.	4	Анализ конкретных ситуаций	ПК4.2 ОК2
2.	ПЗ № 4. «Анализ окружающей среды гостиничного предприятия» Построение модели среды. Характеристика среды. Оценка конкурентной среды гостиничного предприятия	6	Анализ конкретных ситуаций	ПК4.2 ОК2
3.	ПЗ № 5. «Маркетинговые исследования»: Составление плана маркетингового исследования. Овладение методикой проведения опроса потребителей гостиничного продукта по выявлению потребностей.	4	Деловая игра. Обучение студентов в составе малой группы	ПК 4.2 ОК 3,4,5
4.	ПЗ № 7. «Сегментация рынка гостиничного продукта» Решение ситуационных задач по теме	4	Анализ конкретных ситуаций	ПК 4.1 ОК 5,6
5.	ПЗ № 9. «Анализ информации о ценах на гостиничные услуги» Анализ деловой ситуации	4	материалом	ПК 4.3 ОК6,7

6.	ПЗ № 14. «Маркетинговые коммуникации» Овладение методикой личных продаж гостиничного продукта. Разработка системы стимулирования сбыта гостиничного продукта	4	«мозговой штурм» («мозговая атака»);	ПК4.3 ОК 6,7,8
7.	ПЗ № 18. «Служба маркетинга» Разработка организационного построения службы маркетинга гостиницы. Установление основных компетенций сотрудников отдела маркетинга и отдела продаж гостиничного предприятия. Разработка бюджета маркетинга	6	Дискуссия; Групповая работа с иллюстративным материалом	ПК4.4 ОК 6,7,8,9

**СВЕДЕНИЯ**  
**об адаптации рабочей программы для инвалидов и обучающихся**  
**с ограниченными возможностями здоровья**

Рабочая программа учебной дисциплины/профессионального модуля (*лишнее удалить*) адаптирована для организации образовательного процесса для инвалидов и студентов, имеющих ограниченные возможности здоровья (далее – ОВЗ) в части выбора форм, методов и педагогических технологий.

Адаптация рабочей программы проведена с учетом требований ФЗ № 273–ФЗ, ст. 79, письма Минобрнауки РФ от 03.08.2014 г. № 06-281 «Требования к организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в ПОО, в том числе оснащенности образовательного процесса», а также методическими рекомендациями по разработке и реализации адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования от 22.04.2015 г. № 06–830 вн.

Адаптация рабочей программы проведена для инвалидов и обучающихся с ОВЗ, имеющих следующие особенности (*лишнее удалить*): нарушение речи; нарушение слуха; нарушение опорно-двигательного аппарата, в т.ч. ДЦП; нарушения функций и систем организма, не препятствующих обучению по специальности.

**Задачи адаптации рабочей программы:**

- 1) формирование индивидуальной образовательной траектории для инвалидов и обучающихся с ОВЗ;
- 2) создание условий, способствующих социальной адаптации для инвалидов и обучающихся с ОВЗ в учебной группе;
- 3) повышение уровня доступности получения информации для инвалидов и обучающихся с ОВЗ;
- 4) формирование мотивации к обучению на основе применения современных педагогических технологий.

**Формы, методы и технологии адаптации рабочей программы**

**Адаптационные формы и методы:**

- наглядная опора в обучении;
- алгоритмы в обучении;
- комментированное управление;
- поэтапное формирование умственных действий;

- опережающее консультирование по трудным темам;
- игнорирование негативных поступков;
- задания с нарастающей степенью трудности;
- смена видов деятельности;
- поэтапная помощь педагога;
- дифференцированные формы заданий;
- чередование форм организации учебной деятельности (индивидуальная, парная, групповая);
- использование специальных технических средств приема-передачи учебной информации коллективного и индивидуального пользования;
- использование специальных дидактических материалов, печатных и электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к обучению инвалидов и обучающихся с ОВЗ;
- проведение групповых и индивидуальных консультаций.

**Педагогические технологии, обеспечивающие адаптацию образовательного процесса для инвалидов и обучающихся с ОВЗ:**

- здоровьесберегающие технологии;
- технологии программированного обучения;
- информационно-коммуникационные технологии;
- технологии дистанционного обучения;
- технологии уровневой дифференциации.