

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СОЧИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

в г. Анапе Краснодарского края

Среднее профессиональное образование



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.4 ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА**

Наименование специальности

43.02.11 Гостиничный сервис

2020 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис».

Организация-разработчик:

Филиал ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» в городе Анапе Краснодарского края.

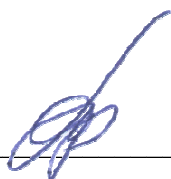
Разработчик:

Мелконян Наринэ Рудольфовна – преподаватель ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» филиал в городе Анапа Краснодарского края.

Рабочая программа профессионального модуля рассмотрена и одобрена на заседании цикловой методической комиссии дисциплин гуманитарного профиля, социально-культурного сервиса и туризма.

Утверждена «31» августа 2020 г. Протокол № 01

Председатель цикловой методической комиссии \_\_\_\_\_ /Е.С. Федосенко



## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1.ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
1.1. Область применения рабочей программы	4
1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля	4
1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля	4
<b>2.РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>5</b>
<b>3.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>6</b>
3.1. Тематический план профессионального модуля	6
3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю	7
<b>4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>12</b>
4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	12
4.2. Информационное обеспечение обучения	12
4.3. Общие требования к организации образовательного процесса	13
4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса	14
<b>5.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	<b>15</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.4 Продажи гостиничного продукта

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис в части освоения основного вида деятельности - Продажи гостиничного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.

ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.

ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.

ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

При реализации программы профессионального модуля могут быть использованы различные образовательные технологии, в том числе элементы дистанционных образовательных технологий, электронного обучения.

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

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

иметь практический опыт:

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;
- участия в разработке комплекса маркетинга;

уметь:

- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;
- проводить сегментацию рынка;
- разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;
- оценивать эффективность сбытовой политики;
- выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;
- формулировать содержание рекламных материалов;
- собирать и анализировать информацию о ценах;

знать:

- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;
- гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;
- особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;
- потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;
- методы изучения и анализа предпочтений потребителя;
- потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;
- последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;
- формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;
- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

### 1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

- всего – 480 часов, в том числе:
- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 336 часа, включая:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 226 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 110 часов;
- производственной практики (по профилю специальности) – 144 часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности - Продажи гостиничного продукта, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Выявлять спрос на гостиничные услуги.
ПК 4.2.	Формировать спрос и стимулировать сбыт.
ПК 4.3.	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
ПК 4.4.	Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и 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

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося, часов		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов			в т.ч. курсовая работа (проект), часов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 4.1-4.4	МДК.04.01 Организация продаж гостиничного продукта	336	226	108	-	110	-	-	144
ПК 4.1-4.4	Производственная практика (по профилю специальности) (ПП.04.)	144						-	144
	<b>Всего:</b>	<b>480</b>	226	108	-	110	-	-	144

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>МДК.04.01 Организация продаж гостиничного продукта</b>			
<b>Содержание</b>			
Тема 1.Характеристика рынка гостиничных услуг	<p><b>1. Сфера услуг: основные понятия, характеристики.</b> Услуга: понятие, основные характеристики, классификация. Особенности гостиничных услуг. Гостиничный продукт: понятие, составляющие, методы формирования.</p> <p><b>2. Рынок гостиничных услуг.</b> Состояние рынка гостиничных услуг. Тенденции, происходящие на рынке гостиничных услуг. Перспективы развития рынка гостиничных услуг. Развитие и объем сервисной базы гостиничного дела.</p>	12 6 6	1, 2
<b>Практические занятия</b>			
	1. Характеристика рынка гостиничных услуг города Анапа.	10	2
	2. Оценка специфики рынка гостиничных услуг города Анапа.	6 4	
<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, тестов, отчетов, рефератов, докладов и подготовка к их защите по темам. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы (доклады, рефераты): «История развития гостиничного бизнеса в г. Анапа». Составить список гостиниц г. Анапа в соответствии с классификацией.			
<b>Содержание</b>			
Тема 2. Особенности маркетинга гостиничных услуг	<p><b>1. Концепция маркетинга в гостиничном комплексе.</b> Потребности человека. Структура потребностей. Гостиничный продукт как средство удовлетворения потребностей людей. Реализация концепции маркетинга в гостиницах.</p> <p><b>2. Характеристика маркетинга в гостиничном бизнесе.</b> Сущность и содержание маркетинга гостиничных услуг. Цели и задачи гостиничного маркетинга. Основные принципы маркетинга в гостиничном предприятии. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная. Основные подходы гостиничных предприятий к маркетингу: «Четыре Пи», Семь Пи», «Девять Пи» в гостиничном маркетинге.</p>	22 10 12	1,2
<b>Практические занятия</b>			
		16	2

	1. Структура потребностей потребителей гостиничных услуг.	4	
	2. Анализ составляющих маркетинга гостиничных услуг.	4	
	3. Оценка основных подходов гостиничных предприятий к маркетингу.	4	
	4. Принципы маркетинга, реализация их на примере гостиничного предприятия.	4	
	<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, тестов, отчетов, рефератов, докладов и подготовка к их защите по темам. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы (доклады, рефераты): 1. Мировой и российский опыт концепции маркетинга в индустрии гостеприимства. 2. История развития маркетинга в России. 3. История развития маркетинговых подходов: мировой опыт. 4. Опыт позиционирования гостиничных продуктов в РФ и за рубежом. 5. Анализ опыта проведения маркетинговых исследований в различных сегментах индустрии гостеприимства различных стран. 6. Анализ маркетингового планирования, маркетинговых стратегий.	<b>20</b>	3
	Тема 3. Исследование рынка гостиничных услуг	<b>32</b>	1, 2
	<b>Содержание</b>	16	
	1. <b>Изучение потребностей потребителей гостиничного продукта.</b> Исследование рынка: понятие, цели, необходимость проведения. Направления исследований рынка гостиничных услуг. Исследование потребителей с целью выявления спроса на гостиничные услуги. Этапы и правила проведения исследований рынка гостиничных услуг. Источники и критерии отбора информации. Способы получения информации. Выбор методов исследования потребителей гостиничного продукта. Анализ полученной информации, формирование выводов.	16	
	2. <b>Сегментирование рынка и позиционирование гостиничного продукта.</b> Сегментирование рынка как метод изучения потребителей. Цели сегментирования, основные принципы. Критерии сегментирования рынка. Выявление целевых покупательских сегментов. Описание модели поведения целевых покупателей. Характеристика покупателей и процесс принятия решения о покупке гостиничных продуктов. Позиционирование гостиничного продукта в соответствии с целевым сегментом.	16	
	<b>Практические занятия</b>	<b>26</b>	2
	1. Сегментация рынка гостиничных услуг РФ.	6	
	2. Создание проекта исследования потребителей гостиничных услуг.	6	
	3. Целевые группы потребителей гостиничных услуг и разработать модель покупательского поведения для них.	4	
	4. Определение целевых сегментов гостиничных услуг на рынке г. Анапа.	4	
	5. Освоение методики и проведение маркетинговых исследований.	6	



<p><b>Самостоятельная работа.</b> Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов, рефератов, докладов и подготовка к их защите по темам.</p> <p>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы (доклады, рефераты):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучить примеры типовых анкет и методические указания по разработке анкет.</li> <li>2. Разработать анкету для изучения потребностей потребителей гостиничных услуг.</li> <li>3. Оформить таблицу «Характеристика методов маркетинговых исследований: достоинства и недостатки».</li> <li>4. Составить список источников информации для исследования потребителей гостиничных услуг.</li> <li>5. Составить схему «Модель покупательского поведения».</li> <li>6. Разработать анкету для сегментирования покупательского рынка.</li> <li>7. Написать возможные типы позиционирования гостиничного продукта.</li> <li>8. Типы позиционирования гостиничного продукта в РФ.</li> </ol>	22	3
<p><b>Содержание</b></p>	44	1, 2
<p>1. <b>Формирование товарной политики в гостиницах.</b> Основные элементы комплекса маркетинга: продукт, цена, сбыт, продвижение. Специфика использования комплекса маркетинга в гостиницах. Товарная политика гостиницы. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Жизненный цикл гостиничных продуктов: этапы, маркетинговые мероприятия. Создание и ввод новых продуктов и услуг.</p>	10	
<p>2. <b>Продажа гостиничных услуг.</b> Номерной фонд. Структура номерного фонда. Управление номерным фондом. Дополнительные услуги гостиниц: платные и бесплатные. Организация и предоставление дополнительных услуг. Способы продаж гостиничных услуг: прямые и косвенные. Оценка эффективности продаж. Роль персонала в продаже гостиничных услуг. Товарный знак. Формирование фирменного стиля.</p>	10	
<p>3. <b>Ценовая политика гостиницы.</b> Цена гостиничного продукта и услуги. Специфика ценовой политики гостиницы. Факторы, влияющие на формирование цен в гостиницах. Ценообразование в гостинице: понятие, этапы разработки. Методы формирования цены: затратные и ценностные. Управление ценами. Использование системы скидок и надбавок.</p>	10	
<p>4. <b>Формирование спроса и стимулирование сбыта.</b> Основные средства формирования спроса и стимулирования сбыта: реклама, личные продажи, паблик рилейшнз, ярмарки и выставки. Специфика рекламы гостиничных услуг и продуктов. Характеристика средств распространения рекламы. Критерии выбора рекламных средств, в соответствии с целевым сегментом. Основные правила рекламы. Правовое регулирование рекламы. Бюджет рекламы. Эффективность рекламы. Стимулирование спроса: понятие, цели, методы. Паблик рилейшнз: понятие, цели, методы и средства. Техника личных продаж. Организация и проведение рекламных кампаний. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК): понятие, преимущества и недостатки, специфика применения в</p>	14	

	гостиничном бизнесе.		
	<b>Практические занятия</b>		<b>34</b>
	1. Организация и предоставление дополнительных услуг.		4
	2. Оценка эффективности сбытовой политики гостиницы.		4
	3. Формирование номенклатуры услуг в гостинице.		2
	4. Формирование цены на гостиничные продукты.		4
	5. Создание макета рекламы гостиничного продукта (гостиничных услуг).		6
	6. Создание рекламной кампании гостиницы.		4
	7. Оценка эффективности рекламы.		2
	8. Разработка пресс-релиза гостиничного продукта.		2
	9. Каналы сбыта гостиничных услуг: выбор, обоснование, анализ эффективности использования.		4
	10. Оценка эффективности продаж гостиничного продукта.		2
	<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов, рефератов, докладов и подготовка к их защите по темам. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:		<b>36</b>
	1. Нарисовать графики жизненного цикла продукта, по показателям объема продаж и прибыли во времени.		
	2. Составить схему организации прямых и косвенных продаж.		
	3. Ответить на вопрос «Роль персонала в реализации гостиничных услуг».		
	4. Разработать товарный знак и фирменный стиль для открывающейся гостиницы в г. Анапа.		
	5. Оформить таблицу «Методы ценообразования: достоинства, недостатки, область применения».		
	6. Изучить материал и написать конспект по вопросу «Ценовые стратегии, используемые гостиничным предприятием».		
	7. Сравнить и проанализировать прейскуранты цен на гостиничные услуги в г. Анапа.		
	8. Изучить ФЗ «О рекламе» и написать требования к рекламе услуг.		
	9. Изучить материал и написать конспект по вопросу «Виды ненадлежащей рекламы».		
	10. Заполнить таблицу «Сравнительная характеристика элементов маркетинговых коммуникаций: реклама, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта, личные продажи, ярмарки, выставки».		
	11. Составить программу стимулирующих мероприятий, используемых в гостинице.		
	12. Составить список пиар-акций для формирования имиджа гостиницы.		
	13. Написать пресс-релиз для рассылки в СМИ.		
	<b>Тема 5.</b>		<b>8</b>
	<b>Конкурентоспособность гостиничных услуг</b>		<b>8</b>
	1. Конкурентоспособность гостиничных предприятий. Качество гостиничных услуг и категоризация гостиничных предприятий. Проблемы поддержания качества услуг и конкурентоспособности гостиницы. Стандарты качества. Управление качеством. Оценка конкурентоспособности гостиничных предприятий.		
	<b>Практические занятия</b>		<b>22</b>
	1. Оценка конкурентоспособности гостиничных предприятий.		6
	2. Разработка фирменного стиля гостиницы.		6
			<b>2</b>

	3.	Формирование ценовой конкурентоспособности.	политики предприятия	гостеприимства	как фактор	4	
	4.	Стандартизация и управление качеством на примере гостиничного продукта.				6	
		<b>Самостоятельная работа.</b> Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов, рефератов, докладов и подготовка к их защите по темам. Тематика внеаудиторной самостоятельной работы (доклады, рефераты): 1. Сравнить различные системы оценки качества гостиничных услуг. 2. Определить способы противодействия снижению качества гостиничных услуг. 3. Выставочная деятельность в индустрии гостеприимства: мировой и российский опыт.				<b>20</b>	<b>3</b>
		<b>Производственная практика (по профилю специальности) (ПП.04). Виды работ:</b> 1. Выявлять спрос на гостиничные услуги. 2. Формировать спрос и стимулировать сбыт. 3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг. 4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.				<b>144</b> <b>(4 нед.)</b>	<b>3</b>
		<b>Всего</b>				<b>480</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета: комплект специализированной мебели, информационные стенды, мультимедийное оборудование, комплект учебно-методического обеспечения.

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, в том числе: информационно образовательная среда на официальном сайте, Skype, Zoom, BigBlueButton, WhatsApp.

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

#### **Основная литература**

1. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие для СПО / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 86 с. — ISBN 978-5-4486-0600-7, 978-5-4488-0233-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44183.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Панова, А. К. Планирование и эффективная организация продаж : практическое пособие / А. К. Панова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 190 с. — ISBN 978-5-394-04209-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102276.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Дурович, А. П. Маркетинг туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 248 с. — ISBN 978-985-503-989-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/94315.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. — Москва : Дашков и К, 2019. — 166 с. — ISBN 978-5-394-02710-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85699.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### **Дополнительная литература**

1. Методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям и организации самостоятельной работы обучающихся по специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис» по дисциплине «Организация продаж гостиничного продукта» / Сост. Мелконян Н.Р. Анапа, 2020. — 22 с.

2. Семенова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для бакалавров / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 204 с. — ISBN 978-5-394-04356-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102273.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119289.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95336.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95336>

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

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, рабочим учебным планом, программой профессионального модуля. В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов. Занятия проводятся в учебных аудиториях оснащенных необходимым учебным, методическим, информационным, программным обеспечением. В преподавании используются лекционно-семинарские формы проведения занятий, практикум, рейтинговая технология оценки знаний студентов, информационно - коммуникационные технологии.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

Оценка качества освоения профессионального модуля включает текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию. Текущий контроль проводится в пределах учебного времени, отведенного на соответствующий раздел модуля. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Практика является обязательным разделом данного модуля. При реализации программы профессионального модуля предусматривается производственная практика (по профилю специальности), которая реализуется в рамках изучения модуля после освоения междисциплинарного курса. Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учетом результатов производственной практики (по профилю специальности). Практика проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу и осуществляющих руководство практикой: реализация программы подготовки специалистов среднего звена по специальности среднего специального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги	<p>Студент должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;</li> <li>- проводить сегментацию рынка;</li> <li>- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги.</li> </ul>	<p><i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, производственной практике</i></p>
	<p>Студент должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;</li> <li>- гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;</li> <li>- особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;</li> <li>- потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом.</li> </ul>	<p><i>Дифференцированный зачет по производственной практике</i></p> <p><i>Экзамен по МДК</i></p> <p><i>Квалификационный экзамен по профессиональному модулю</i></p>
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт	<p>Студент должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать эффективность сбытовой политики;</li> <li>- формулировать содержание рекламных материалов;</li> <li>- выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность.</li> </ul>	
	<p>Студент должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы изучения и анализа предпочтений потребителя;</li> <li>- потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения.</li> </ul>	
ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг	<p>Студент должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг.</li> </ul>	
	<p>Студент должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;</li> <li>- формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице.</li> </ul>	
ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга	<p>Студент должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- собирать и анализировать информацию о ценах;</li> <li>- формулировать содержание рекламных материалов;</li> <li>- выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность.</li> </ul>	

	<p>Студент должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;</li> <li>- специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок;</li> <li>- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.</li> </ul>	
--	--	--

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрация интереса к будущей специальности. Активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Обоснованность выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Демонстрация способности 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	Нахождение информации для выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и ее использование	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями и в ходе обучения	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Развитие самоменеджмента обучающегося. Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня. Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля	
ОК 9. Ориентироваться в условиях	Проявление интереса к инновациям в	



частой смены технологий в профессиональной деятельности	области профессиональной деятельности	
---	---------------------------------------	--

### **Общие критерии оценки результатов освоения МДК**

В устных и письменных ответах студентов на практических (семинарских) занятиях, в сообщениях и докладах, эссе и других формах аудиторной и самостоятельной работы, а также в текущих контрольных работах учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи.

Оценку **«отлично»** заслуживает студент, твёрдо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, демонстрирующий необходимый уровень компетенций, чёткие, сжатые ответы на дополнительные вопросы, свободно владеющий понятийным аппаратом.

Оценку **«хорошо»** заслуживает студент, проявивший полное знание программного материала, демонстрирующий сформированные на достаточном уровне умения и навыки, указанные в программе компетенции, допускающий непринципиальные неточности при изложении ответа на вопросы.

Оценку **«удовлетворительно»** заслуживает студент, обнаруживший знания только основного материала, но не усвоивший детали, допускающий ошибки принципиального характера, демонстрирующий не до конца сформированные компетенции, умения систематизировать материал и делать выводы.

Оценку **«неудовлетворительно»** заслуживает студент, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, чётко и грамотно отвечать на заданные вопросы, демонстрирующий низкий уровень овладения необходимыми компетенциями.

### **Перечень вопросов к экзамену по МДК. 04.01 Организация продаж гостиничного продукта**

1. Рынок гостиничных услуг и его компоненты.
2. Современные тенденции и перспективы развития рынка гостиничных услуг.
3. Понятие и методы маркетинговых исследований.
4. Роль и значение маркетинговых исследований в формировании информационной базы гостиничных предприятий.
5. Цели маркетинговых исследований, основные задачи. Виды исследований, используемые гостиничным предприятием.
6. Характеристика основных этапов маркетинговых исследований.
7. Исследования среды маркетинга гостиничного продукта.
8. Маркетинговые исследования конкурентов.
9. Маркетинговые исследования потребителей гостиничных услуг.
10. Понятие комплекса маркетинг, его базовые элементы: продукт, цена, каналы сбыта, продвижение.
11. Разработка гостиничного продукта на основе маркетингового подхода.
12. Понятие ассортимента гостиничных продуктов и услуг, ассортиментной политики гостиницы.
13. Этапы жизненного цикла товаров (ЖЦТ).
14. Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг.

15. Характеристика принципов и методов сегментации, основные критерии сегментации.
16. Выбор целевых сегментов. Позиционирование гостиничных продуктов и услуг.
17. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия, особенности ценообразования в гостиничном бизнесе.
18. Выбор методов ценообразования. Ценообразование на различных типах рынка.
19. Анализ ценовой политики конкурентов.
20. Формирование ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок.
21. Система продвижения и каналы сбыта гостиничных услуг.
22. Прямые продажи, агентские продажи.
23. Стимулирование сбыта, выбор средств и методов.
24. Стратегическое и тактическое планирование маркетинговой деятельности на гостиничных предприятиях.
25. Особенности методики SWOT анализа.
26. Планирование маркетинга, структура плана маркетинга гостиничного предприятия.
27. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий.
28. Стратегия продвижения гостиничных продуктов и услуг на внутренние и внешние рынки.
29. Реклама гостиничных предприятий, ее роль значение, виды. Понятие «Паблик рилейшенс» и ее отличие от рекламы.
30. Методика разработки рекламной программы гостиничного предприятия, экономическая и социальная эффективность рекламы.
31. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).
32. Фирменный стиль гостиничного предприятия и его формирование.

### **Оценивание студента на экзамене по МДК**

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, чётко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приёмами выполнения практических задач.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он твёрдо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приёмами их выполнения.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа актуализирована на 2022/2023 учебный год, протокол № 1 на заседании цикловой методической комиссии дисциплин гуманитарного профиля, социально-культурного сервиса и туризма от «31» августа 2022 года.

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

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета: комплект специализированной мебели, информационные стенды, мультимедийное оборудование, комплект учебно-методического обеспечения.

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, в том числе: информационно образовательная среда на официальном сайте, Skype, Zoom, BigBlueButton, WhatsApp.

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

#### Основная литература

1. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие для СПО / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 86 с. — ISBN 978-5-4486-0600-7, 978-5-4488-0233-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44183.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

2. Панова, А. К. Планирование и эффективная организация продаж : практическое пособие / А. К. Панова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 190 с. — ISBN 978-5-394-04209-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102276.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Дурович, А. П. Маркетинг туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 248 с. — ISBN 978-985-503-989-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/94315.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. — Москва : Дашков и К, 2019. — 166 с. — ISBN 978-5-394-02710-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85699.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

## Дополнительная литература

1. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 353 с. — ISBN 978-5-4497-1589-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119289.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Семенова, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие для бакалавров / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 204 с. — ISBN 978-5-394-04356-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102273.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Чилингир, Е. Ю. Реклама и связи с общественностью: введение в профессию : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-4497-0579-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95336.html> (дата обращения: 30.08.2022). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/95336>

4. Методические рекомендации для подготовки к практическим занятиям и организации самостоятельной работы обучающихся по специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис» по дисциплине «Организация продаж гостиничного продукта» / Сост. Мелконян Н.Р. Анапа, 2020. — 22 с.

Председатель цикловой методической комиссии \_\_\_\_\_ Е.С. Федосенко

