

Документ подписан квалифицированной электронной подписью

Сертификат: [СЭП - ЦС ИД «ФРИДРИХ-А» ЮКОС](#)

Владелец: "АНО ВО «РОССИЙСКИЙ НОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» АНО

Действителен: с 25.02.2021 по 25.02.2022

**Елецкий филиал Автономной некоммерческой организации
высшего образования
«Российский новый университет»**

Отделение среднего профессионального образования

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

**профессионального модуля ПМ.04 Продажи гостиничного
продукта**

для специальности среднего профессионального образования

**43.02.11 Гостиничный сервис
(базовая подготовка)**

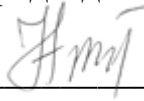
на базе основного общего образования

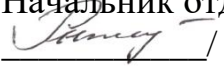
**Елец
2019 год**

Одобрена
предметной (цикловой)
комиссией профессиональных,
управленческих и сервисных
дисциплин

Разработана на основе Федерального
Государственного Образовательного
Стандарта Среднего
Профессионального Образования/
ФГОС СПО/ по специальности
43.02.11 Гостиничный сервис,
утвержденного приказом
Министерства образования и науки
РФ от 7 мая 2014 г. N 475

Протокол № 7
от « 20 » 03 2019 г.
Председатель ПЦК


_____/Н.В. Фаустова/
подпись ФИО

Начальник отделения СПО
 / О.В. Рыжкова/
подпись ФИО

Составитель (автор):

 ст. преподаватель Н.В. Фаустова

Рецензент: Попов Алексей Анатольевич, заместитель генерального директора
ООО «Археологический парк «Аргамач», управляющий гостевым домом
«Хоромы князя Федора»

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля ПМ.04 Продажи гостиничного продукта	4
2. Структура и содержание профессионального модуля	6
3. Условия реализации программы профессионального модуля ПМ.04 Продажи гостиничного продукта	12
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля ...	14

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля ПМ.04 Продажи гостиничного продукта

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности: Продажи гостиничного продукта и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 4.1.	Выявлять спрос на гостиничные услуги.
ПК 4.2.	Формировать спрос и стимулировать сбыт.
ПК 4.3.	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
ПК 4.4.	Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся 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.

Изучение профессионального модуля ПМ.04 Продажи гостиничного продукта обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 9 ноября 2015 г. № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», Положением о порядке обучения обучающихся – инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, утвержденным приказом ректора от 6 ноября 2015 № 60/о, Положением о службе инклюзивного образования и психологической помощи АНО ВО «Российский новый университет», утвержденного приказом ректора от 20 мая 2016 года № 187/о. Предоставление специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, подбор и разработка учебных материалов для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья производится преподавателями с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей обучающихся и специфики приема-передачи учебной информации. С обучающимися по индивидуальному плану и индивидуальному графику проводятся индивидуальные занятия и консультации.

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 339 часов.

Из них на освоение МДК 04.01 – 231 час.

В том числе, самостоятельная работа – 77 часов.

Учебная практика – 36 часов.

Производственная (по профилю специальности) практика – 72 часа.

Экзамен по модулю – 6 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля ПМ.04 Продажи гостиничного продукта

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, ак. час.					Самостоятельная работа	Экзамен по модулю
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем						
			Обучение по МДК			Практики			
			Всего	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч. курсовая работа (проект)	Учебная	Производственная (по профилю специальности)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 4.1. – ПК 4.4. ОК 01 – ОК 09	МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта	231	154	50	-	-	-	77	6
ПК 4.1. – ПК 4.4. ОК 01 – ОК 09	Учебная практика (по профилю специальности), часов	36				36	-	-	-
ПК 4.1. – ПК 4.4. ОК 01 – ОК 09	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72				-	72	-	-
	Всего:	339	154	50	-	36	72	77	6

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.04 Продажи гостиничного продукта

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
Раздел 1 МДК.04.01. Организация продаж гостиничного продукта		231
<p>Тема 1. Характеристика рынка гостиничных услуг.</p>	<p>Содержание учебного материала: 1. Понятие «услуга», «продукт», «товар» в организации гостинично-туристского комплекса. Особенности гостиничных услуг. 2. Понятие и характеристика гостиничного продукта. 3. Влияние особенностей гостиничного продукта на обслуживание клиентов. 4. Особенности конкуренции на рынке гостиничных услуг. 5. Жизненный цикл гостиничной услуги (продукта). Этапы разработки нового гостиничного продукта (услуги). 6. Виды новых гостиничных продуктов. 7. Абсолютные и относительные новинки на рынке гостиничных услуг.</p>	<p>4 2 2 2 2 2 2</p>
	<p>Практические занятия: Практическая работа №1. Характеристика особенностей рынка гостиничных услуг (на примере конкретного региона или города). Практическая работа №2. Актуальные проблемы и перспективы развития рынка гостиничных услуг.</p>	<p>2 2</p>
	<p>Самостоятельная работа обучающихся: Особенности конкуренции на рынке гостиничных услуг. Основные принципы развития сферы гостиничных услуг.</p>	<p>12</p>
	<p>Тема 2. Особенности маркетинга гостиничных услуг.</p>	<p>Содержание учебного материала: 1. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Каналы сбыта. Продвижение. Клиентоориентированный маркетинг. 2. Принципы продаж в малом средстве размещения и в сетевом отеле. 3. Продажи, техника продаж и дистрибуция в электронных системах бронирования.</p>

	<p>4. Политика взаимоотношений с турфирмами. 5. Взаимоотношения с ресторанами. 6. Политика взаимоотношений с перевозчиками. 7. Принципы ценообразования гостиничного продукта.</p>	<p>2 2 2 2</p>
	<p>Практические занятия: Практическая работа №1. Анализ способов удержания конкурентоспособных позиций нового продукта. Практическая работа №2. Разработка списка критериев, позволяющих оценить качество оказываемых гостиничных услуг. Практическая работа №3. Разработка системы стимулирования клиентов гостиницы. Практическая работа №4. Разработка способов организации службы сбыта гостиницы.</p>	<p>2 2 2 2</p>
	<p>Самостоятельная работа обучающихся: Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Методы формирования гостиничного продукта. Прямые продажи в гостиничном сервисе.</p>	<p>12</p>
<p>Тема 3. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности. Маркетинговые исследования</p>	<p>Содержание учебного материала: 1. Цели, задачи и основные направления маркетингового исследования. 2. Элементы комплекса маркетинга. Изучение рынка гостиничных услуг (регион на выбор). 3. Процесс маркетингового исследования. 4. Сбор и анализ информации, предоставление результатов. 5. Первичные и вторичные источники маркетинговой информации. 6. Обоснование целесообразности разработки нового гостиничного продукта. 7. Принципы вывода на рынок нового гостиничного продукта.</p>	<p>2 2 2 2 2 2 2</p>
	<p>Практические занятия: Практическая работа №1. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом. Практическая работа №2. Эмпирические методы исследования рынка. Оптимизация исследования рынка гостиничных услуг. Практическая работа №3. Опрос как метод исследования рынка гостиничных услуг. Методика проведения опроса потребителей гостиничных услуг. Практическая работа №4. Анкетирование как метод исследования рынка гостиничных услуг. Практическая работа №5. Интернет-мониторинг.</p>	<p>2 2 2 2 2</p>

	<p>Самостоятельная работа обучающихся: Цели, задачи и основные направления маркетингового исследования. Основные методы сбора информации.</p>	12
<p>Тема 4. Изучение потребительского поведения.</p>	<p>Содержание учебного материала: 1. История изучения поведения потребителей. 2 2. Основные понятия поведения потребителей. Нужда. Потребность. Потребление. Спрос. 2 3. Процесс принятия решения при покупке. 2 4. Классификация групп потребителей. 2 5. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей. 2 6. Факторы внутреннего влияния на поведение потребителей. 2 7. Маркетинговые стимулы, влияющие на поведение потребителей. 2</p>	
	<p>Практические занятия: Практическая работа №1. Изучение понятие потребительского поведения. Классификация потребностей. Составление таблицы потребностей, удовлетворяемых в сфере гостиничного бизнеса. 2 Практическая работа №2. Управление клиентской базой. Основные составляющие программы лояльности на предприятии. 2 Практическая работа №3. Применение методов исследования потребителей на практике. 2 Практическая работа №4. Программы лояльности: инструмент управления отношениями с клиентами и способ оптимизации маркетинговых расходов. Предложить систему стимулирования клиентов гостиницы. 2</p>	
	<p>Самостоятельная работа обучающихся: Классификация потребностей. Факторы, оказывающие влияние на потребителей.</p>	12
<p>Тема 5. Сегментация рынка, позиционирование гостиничных услуг.</p>	<p>Содержание учебного материала: 1. Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. 2 2. Характеристика признаки и методов сегментации, основные критерии сегментации. 2 3. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства. 2 4. Цели и задачи сегментации. 2 5. Характеристики потребителей различных сегментов. 2 6. Позиционирование гостиничных услуг как управленческий приём в продажах. 2 7. Позиционирование гостиничной услуги. Управление качеством услуг в гостинице. 2</p>	

	<p>Практические занятия: Практическая работа №1. Прослушивание доклада (с презентацией) «Сегментация гостиничного рынка».</p> <p>Практическая работа №2. Решение ситуационных задач на определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.</p> <p>Практическая работа №3. Анализ возможности освоения новых сегментов рынка.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>
	<p>Самостоятельная работа обучающихся: Принципы изучения запросов целевой аудитории гостиничного предприятия. Разработать критерии формирования положительного имиджа гостиничного предприятия в зависимости от типа, класса, размера отеля. Анализ этапов разработки нового гостиничного продукта. Стадии жизненного цикла услуги.</p>	<p>10</p>
<p>Тема 6. Конкурентоспособность гостиничного предприятия.</p>	<p>Содержание учебного материала: 1. Социально-экономическая сущность конкуренции в гостиничном бизнесе. 2. Конкурентоспособность гостиничного предприятия и его услуг в условиях современного рынка. 3. Факторы конкурентоспособности гостиничного предприятия. 4. Анализ рыночной позиции предприятия.</p>	<p>4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>4</p>
	<p>Практические занятия: Практическая работа №1. Характеристика конкурентных преимуществ гостиницы. Практическая работа №2. Правила проведения SWOT-анализа гостиничного предприятия. Практическая работа №3. Способы позиционирования гостиничных услуг на рынке. Практическая работа №4. Тестирование по теме 6 «Конкурентоспособность гостиничного предприятия».</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>
	<p>Самостоятельная работа обучающихся: Алгоритм оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия. Способы продления жизненного цикла гостиничной услуги.</p>	<p>10</p>
	<p>Содержание учебного материала: 1. Базовая характеристика элементов комплекса маркетинга гостиничных предприятий. 2. Основы разработки комплекса маркетинга гостиничных предприятий. 3. Особенности внутреннего и внешнего маркетинга гостиничных услуг. 4. Ценовая политика гостиницы.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>
	<p>Тема 7. Разработка комплекса маркетинга.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>

	5. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта. 6. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций. 7. Значение рекламы в маркетинге туризма и отдыха. Реклама в туризме и отдыхе как составная часть продвижения. 8. Анализ основных нормативных документов, регулирующих рекламную деятельность в РФ, их содержание, структура, основные разделы.	2 2 2
	Практические занятия: Практическая работа №1. Изучение принципов ценообразования гостиничного продукта. Практическая работа №2. Изучение методов формирования спроса и стимулирования сбыта. Практическая работа №3. Изучение понятий заведомо ложной, неэтичной и скрытой рекламы.	2 2 2
	Самостоятельная работа обучающихся: Средства распространения рекламы. Формирование и продвижение гостиничного продукта. Формирование стратегии гостиничного предприятия.	9
Учебная практика	Виды работ: закрепление полученных знаний и навыков в процессе теоретического обучения; формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства; решение ситуационных задач; овладение навыками работы с офисной техникой.	36
Производственная практика	Виды работ: изучение и анализ потребностей потребителей гостиничного продукта, подбор соответствующего им гостиничного продукта; изучение позиционирования гостиницы; сбор информации о ценах на услуги гостиницы; изучение гостиничного продукта, его характеристики и номенклатуры услуг; оценка эффективности сбытовой политики; разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов; оценка конкурентоспособности гостиничного продукта; участие в разработке комплекса маркетинга; изучение средств распространения рекламы гостиничного продукта.	72
Всего		339

3. Условия реализации программы профессионального модуля ПМ.04 Продажи гостиничного продукта

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета Организация продажи гостиничного продукта.

Оборудование учебного кабинета:

Специализированная мебель:

- столы студенческие;
- стулья студенческие;
- стол для преподавателя;
- стул для преподавателя;
- доска (меловая);
- маркерная доска (переносная).

Технические средства обучения:

- проектор (портативный);
- ноутбук для преподавателя с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза;
- веб-камера;
- экран (переносной);
- колонки;
- микрофон.

Специализированное оборудование:

наглядные пособия (плакаты), комплект учебно-методической документации.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе.

Основные источники:

1. Кобяк М.В. Управление качеством гостиничного предприятия : учебник для вузов / М.В. Кобяк, С.С. Скобкин ; под редакцией С.С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 518 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12759-1.— Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448273>.
2. Тимохина Т.Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика: учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08190-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450318>.
3. Фаустова Н.В. Организация и специфика предоставления гостиничных услуг в гостиницах: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н.В. Фаустова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 188 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13958-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467368>.

Дополнительные источники:

1. Бураковская Н.В. Обслуживание в гостиничном комплексе особых категорий клиентов: учебное пособие для вузов / Н.В. Бураковская, О.В. Лукина, Ю.Р. Солодовникова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 98 с. — (Высшее образование).

образование). — ISBN 978-5-534-11735-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457038>.

2. Бутко И.И. Туристический бизнес: Основы организации. – Феникс, Ростов-на-Дону, 2008.

3. Виноградова Т., Загорин Н., Тубелис Р. Технология продаж услуг туристской индустрии. - М.: Академия, 2010.

4. Гостиничный бизнес: Учебник / С. Медлик - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 239с.

5. Гостиничный сервис: Учебник / Н.Г. Можаяева. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. (Гриф)

6. Дурович А. П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009.

7. Ефимова Г.Н. Организация обслуживания [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ефимова Г.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2012.— 52 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14520>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

8. Запесоцкий А. Стратегический маркетинг в туризме. Теория и практика. - М.: Букинистическое издание, 2014.

9. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. - М.: Юнити-Дана, 2007.

10. Лесник А.Л. Гостиничный маркетинг: теория и практика максимизации продаж. - М., 2009.

11. Мазилкина Е.И. Организация продаж гостиничного продукта. - М.: Альфа-М, НИЦ Инфра-М, 2014.

12. Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для академического бакалавриата / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 192 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/index.php/bcode/432460>.

13. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2014 (ПРОФИЛЬ), (Гриф).

14. Сухов Р.И. Технологии и организация продаж в туристском агентстве. - М.: МарТ, Феникс, 2010.

15. Тимохина Т.Л. Гостиничный сервис: учебник для среднего профессионального образования / Т.Л. Тимохина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 331 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07572-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451272>.

16. Турковский М.. Маркетинг гостиничных услуг. - М.: Финансы и статистика, 2006.

17. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма: учебное пособие для вузов. - М.: КНОРУС, 2009.

Интернет-ресурсы:

1. Портал о гостиничном бизнесе Prohotel.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vuzlib.net>.

2. Официальный сайт Ростуризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.russiaturism.ru.

3. Федерация Рестораторов и Отельеров России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.frio.ru>.

4. Сайт гильдии маркетологов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.marketologi.ru.

5. Информационный портал, посвященный маркетингу. [Электронный ресурс].

– Режим доступа: www.marketer.ru.

6. Сайт маркетологов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.marketingandresarch.ru.

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности «Продажи гостиничного продукта» и составляющих его профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ОПОП в целом.

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.	уметь: выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги; проводить сегментацию рынка; знать: состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг.	Устный экзамен. Экспертная оценка на практическом занятии.
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.	уметь: выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги; проводить сегментацию рынка; знать: состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг.	
ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.	уметь: выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги; проводить сегментацию рынка; знать: состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг.	
ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.	уметь: разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг; знать: особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия; потребности, удовлетворяемые	

	гостиничным продуктом; методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения.	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Демонстрирует точность аргументации и полноту объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии; способность проявлять активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности, участвуя в студенческих конференциях, профессиональных конкурсах и т.д.	Оценка эффективности и качества выполнения задач.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Демонстрирует точность и правильность выбора применения рациональных методов и способов решения профессиональных задач в области контроля качества продукции и услуг; полноту оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	Оценка эффективности и качества выполнения задач.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Принимает стандартные и нестандартные решения при подготовке и проведении производственного контроля на предприятии индустрии гостеприимства; принимает стандартные и нестандартные решения в процессе идентификации продукции и услуг.	Оценка умения 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	Демонстрирует нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка умения применять средства информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной	Демонстрирует навыки использования информационно-коммуникационных технологий в	Оценка умения применять средства информационно-коммуникационных технологий для решения профессиональных задач.

деятельности	профессиональной деятельности.	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Демонстрирует взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями и руководителями практики в ходе обучения.	Экспертное наблюдение и оценка результатов формирования поведенческих навыков в ходе обучения.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	Демонстрирует самоанализ и коррекцию результатов собственной работы; проявление ответственности за работу подчинённых, результат выполнения заданий.	Экспертное наблюдение и оценка результатов формирования поведенческих навыков в ходе обучения.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Планирует повышение личностного и квалификационного уровня.	Осуществление самообразования, использование современной научной и профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Проявляет интерес к инновациям в области профессиональной деятельности; анализирует инновации в области бронирования гостиничных услуг.	Оценка умения ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Лист внесения изменений в рабочую программу профессионального модуля ПМ.04 Продажи гостиничного продукта

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на 2020/2021 учебный год.

Протокол № 1 заседания предметной (цикловой) комиссией профессиональных,
управленческих и сервисных дисциплин

от

«31» августа 2020 г.

1. Актуализация перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины на 2020-2021 учебный год.

1.1. Основная литература

Фаустова, Н. В. Организация и специфика предоставления гостиничных услуг в гостиницах : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. В. Фаустова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 188 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13958-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467368>

Кобяк, М. В. Управление качеством гостиничного предприятия : учебник для вузов / М. В. Кобяк, С. С. Скобкин ; под редакцией С. С. Скобкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 518 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12759-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448273>

Тимохина, Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика : учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08190-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450318>

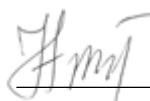
1.2. Дополнительная литература:

Бураковская Н.В. Обслуживание в гостиничном комплексе особых категорий клиентов: учебное пособие для вузов / Н.В. Бураковская, О.В. Лукина, Ю.Р. Солодовникова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 98 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11735-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457038>.

Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для академического бакалавриата / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 192 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/index.php/bcode/432460>.

Тимохина Т.Л. Гостиничный сервис: учебник для среднего профессионального образования / Т.Л. Тимохина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 331 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07572-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451272>

Председатель предметной
(цикловой) комиссии

 /Н.В. Фаустова/