

Министерство общего и профессионального образования Свердловской области
Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
Уральский экономический колледж


РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04 Продажи гостиничного продукта
для специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис»

Екатеринбург
2018г.

Рабочая программа **рассмотрена и одобрена** предметной (цикловой) комиссией по дисциплинам профессионального учебного цикла специальностей 43.00.00 «Сервис и туризм»

Протокол № 2 от 29 мая 2018 г.

Председатель предметной (цикловой) комиссии

 / А.Н. Шмидт

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 43.02.11 «Гостиничный сервис» (базовой подготовки), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07 мая 2014 года № 475.

УТВЕРЖДЕНА решением педагогического совета АНО СПО Уральский экономический колледж

Протокол № 3 от «21» июня 2018 г.

Заместитель директора по учебно-организационной работе

 / А.В. Болотин

Организация разработчик: Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Уральский экономический колледж»

Преподаватель – разработчик рабочей программы: Рамзина С.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	15
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	20

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 04. «ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА»

1.1. Область применения программы профессионального модуля

Рабочая программа профессионального модуля - является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.11 «Гостиничный сервис» (базовой подготовки), утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 07 мая 2014 года № 475. в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Продажи гостиничного продукта**, 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.

Рабочая программа профессионального модуля может использоваться при разработке программы по дополнительному профессиональному образованию и профессиональной подготовке работников в области гостиничного сервиса. Опыт работы не требуется.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся, 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.

Данные результаты достигаются при использовании активных и интерактивных форм проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов, индивидуальных и групповых проектов, анализа ситуаций.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего - 196 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 124 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 82 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 42 часа;

учебная и производственная практика по профилю специальности - 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **Продажи гостиничного продукта**, в том числе профессиональными (ПК), общими (ОК) и дополнительными (ДК) 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 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

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 04. «ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА»

3.1. Тематический план профессионального модуля

Тематический план профессионального модуля (очная форма)

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и 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	124	82	20	20	42				
	Учебная практика по профилю специальности, часов	36						36		
	Производственная практика по профилю специальности, часов	36								36
Всего:		196	82	20	20	42		36		36

Тематический план профессионального модуля (заочная форма)

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и 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	124	30		10	94				
	Учебная практика по профилю специальности, часов	36								
	Производственная практика по профилю специальности, часов	36								
Всего:		196	30		10	94				

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

ПМ 04. «ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
ПМ 04 Продажи гостиничного продукта		196		
МДК 04.01. Организация продаж гостиничного продукта		124		
Раздел 1. Выявление, формирование и стимулирование спроса на гостиничные услуги.				
Тема 1.1. Субъекты и объекты маркетинговой деятельности гостиничного предприятия	Содержание	6	1	
	1	Маркетинговой деятельности в гостиничном предприятии: цели, задачи. Служба маркетинга: функции, назначение. Изучение структуры службы продаж и маркетинга, функций отделов и должностных инструкций сотрудников. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.		
	2	Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребность, нужда, спрос их общность и различия. Классификация потребностей. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.		
	3	Виды спроса, их характеристика, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса.		
	4	Рынок: понятие, виды, признаки. Основные рыночные показатели. Изучение состояния и перспектив развития рынка гостиничных услуг.		
	5	Изучение субъектов маркетинговой деятельности. Классификация субъектов осуществляющих маркетинговую деятельность. Потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения Методы изучения и анализа предпочтений потребителя.		

	6	Окружающая среда предприятия: виды, факторы формирующие окружающую среду предприятия. Макро- и микросреда гостиничного предприятия. Методы формирования базы данных. Изучение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет.		
	Практические занятия		4	2
	1	Установление основных компетенций сотрудников отдела продаж и маркетинга. Ознакомление с требованиями к специалисту по маркетингу и должностными характеристиками.		
	2	Решение ситуационных задач. Установление основных видов потребностей и товаров - как средств их удовлетворения.		
	3	Выявление потребностей целевой группы потребителей на гостиничные услуги.		
	4	Анализ особенностей поведения потребителей услуг.		
	5	Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и определение способов его продления.		
	6	Определение доли, емкости и конъюнктуры рынка.		
	7	Разработка практических рекомендаций по формированию спроса.		
Тема 1.2. Сегментация рынка гостиничных услуг.	Содержание		2	1
	1	Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. Характеристика признаки и методов сегментации, основные критерии сегментации. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.		
	Практические занятия		2	2
	1	Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.		
	2	Анализировать возможности освоения новых сегментов рынка		
Тема 1.3. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИС)	Содержание		4	1
	1	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение. Изучение методов формирования спроса и стимулирования спроса.		
	2	Информационные методы: пропаганда, консультации. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, PR; возможности, достоинства и недостатки. Изучение методов прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности..		
	Практические занятия		4	2
	1.	Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей. Анализ результатов опроса.		

	2.	Решение задач: изучение методов ФОССТС		
	3.	Позиционирование гостиничного продукта.		
	4.	Решение ситуационных задач на определение оптимальных методов ФОСТИС.		
	5..	Анализ информации о рынке предложений гостиничных продуктов. Работать с информационным и справочным материалом.		
	6.	Создание базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков		
Тема 1.4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия	Содержание		6	1
	1.	Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Стратегия продвижения гостиничных продуктов и услуг на внутренние и внешние рынки.		
	2.	Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды, правовая база. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства.		
	3	Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).		
	4	Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирование. «Паблик рилейшенз»: понятия, назначение, виды мероприятий.		
	5	Организация рекламной кампании. Ознакомление с методикой разработки рекламной программы гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы. Правила рекламы.		
	6	Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Изучение методов оценки эффективности рекламы.		
	Практические занятия		4	2
	1.	Анализ окружающей среды гостиничного предприятия		
	2.	Составление рекламных текстов на услуги гостиницы.		
	3.	Выбор средства распространения рекламы. Определение эффективность рекламы.		
	4.	Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)		
	5.	Подготовка программы участия в выставке.		
	6.	Составление плана проведения рекламной кампании.		
7.	Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки.			
8.	Овладение методикой оценки экономической и социальной эффективности рекламы			
9.	Изучение составляющих фирменного стиля гостиничного предприятия			
10.	Овладение методикой разработки рекламной программы гостиничных предприятий			

	11.	Анализ сайтов гостиничных предприятий.		
Самостоятельная работа при изучении раздела 1			18	3
<p>1. Ознакомление с основными принципами и функциями маркетинга.</p> <p>2. Ознакомление с различными видами рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций. 3.Определение целевых аудиторий коммуникаций.</p> <p>4. Ознакомление с критериями выбора сегмента рынка гостиничного предприятия.</p> <p>5. Анализ возможностей освоения сегмента рынка гостиничным предприятием.</p> <p>6. Подготовка сообщений по психологическим моделям покупательских мотиваций, моделям кросс-культурного поведения в гостиничном бизнесе, сегментации клиентов, формировании пакетов гостиничных услуг.</p> <p>7. Подготовка докладов и рефератов по темам:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Понятие емкости и доли рынка гостиничных услуг; • Система социологических исследований в гостиничном бизнесе; • Сегментирование гостиничного рынка, характеристика основных признаков сегментации • Позиционирование гостиничных продуктов и услуг, понятие и значение. 				
Раздел 2 Выявление конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия .				
	Содержание		4	1
Тема 2.1. Конкуренция в сфере гостиничного хозяйства.	1	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Виды конкуренции и конкурентов в гостиничном бизнесе.		
	2	Конкурентные преимущества. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия.		
	Содержание		4	2
Тема 2.2. Конкурентоспособность гостиничного продукта	1	Гостиничный продукт и гостиничная услуга: понятие, отличие от товара. Показатели конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Качество гостиничного продукта: понятие, показатели, методы оценки. Управление качеством гостиничного продукта. Изучение правил предъявления и рассмотрения претензий по качеству		
	2	Этапы жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Специфика РЖЦ гостиничного продукта. Выявление взаимосвязи конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.		
Тема 2.3.	Содержание		2	1
Конкурентоспособность гостиничного предприятия	1	Критерии оценки конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Ознакомление с методами анализа конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия .		

	Практические занятия	2	2
	1 Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия. Овладение методикой SWOT анализа.		
	2 Проведение оценки качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству		
	3 Решение ситуационных задач. Оценка конкурентоспособности организации и установление её конкурентных преимуществ.		
	4 Решение ситуационной задачи. Конкуренция на рынке гостиничных услуг		
Самостоятельная работа при изучении Раздела 2		10	3
1. Ознакомление с Антимонопольным законодательством.			
2. Ознакомление с Государственной программой поддержки малого предпринимательства.			
3. Определение конкурентов гостиничного предприятия в целевом сегменте рынка.			
4. Выявление факторов продуктовой политики гостиничного предприятия.			
Раздел 3 Разработка комплекса маркетинга.			
	Содержание	4	3
Тема 3.1. Составляющие комплекса маркетинга.	1 Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: продукт, цена, каналы сбыта, продвижение. Определение понятий «гостиничный продукт», «гостиничная услуга». Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования комплексного гостиничного продукта. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта. Изучение факторов, влияющих на разработку и объем продаж гостиничного продукта.		
	Содержание	4	1
Тема 3.2. Разработка гостиничного продукта.	1 Разработка гостиничного продукта на основе маркетингового подхода. Позиционирование гостиничных продуктов и услуг. Понятие ассортимента гостиничных продуктов и услуг, ассортиментной политики гостиницы. Показатели широты, глубины и насыщенности ассортимента.		
	Особенности товарной политики гостиницы. Номенклатура услуг в гостинице Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Особенности продажи номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.		
	Содержание	2	1
Тема 3.3. Ценовая политика гостиничного предприятия.	1 Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия, особенности ценообразования в гостиничном бизнесе. Выбор методов ценообразования. Ценообразование на различных типах рынка. Анализ ценовой политики конкурентов.		
	2 Изучение методики расчета базисной цены гостиничного продукта. Формирование		

		ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок.		
Тема 3.4. Методы распространения и стимулирования сбыта гостиничного продукта.	Содержание		4	
	1.	Система продвижения и каналы распределения гостиничных услуг. Каналы сбыта гостиничных услуг. Прямые продажи, агентские продажи. Ознакомление с техникой продаж гостиничных продуктов.		
	2.	Стимулирование сбыта: понятие, виды. Выбор средств и методов сбыта.		
	Практические занятия		4	2
	1.	Разработка программы по организация и реализация сбытовой политики в предприятиях сферы гостеприимства.		
	2.	Определение каналов распространения товаров и услуг		
	3.	Решение ситуационных задач на определение оптимальных каналов сбыта гостиничного продукта.		
	4.	Определение стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания		
	5.	Разработка гостиничного продукта и определение его характеристик и оптимальную номенклатуру услуг.		
	6.	Определение себестоимости и стоимость гостиничного продукта		
7.	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики конкурентов.			
Самостоятельная работа при изучении раздела 3.			14	
1. Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия. 2. Анализ путей выбора посредников в гостиничном бизнесе и организации взаимодействия с ними. 4. Ознакомление методов стимулирования сбыта в комплекса маркетинговых коммуникаций. 5. Работа с сайтом гостиничного предприятия. 6. Подготовка докладов и рефератов по темам: • Стратегия гостиницы в области товарной политики, разработка гостиничных продуктов- новинок • Формирование сбытовой стратегии гостиничного предприятия • Разработка программ стимулирования сбыта, оценка результатов				
Курсовое проектирование:			20	
Учебная практика. Виды работ: 1. Знакомство с работой сотрудников службы продажи и маркетинга ; 2. Выявление и анализ спроса на гостиничные услуги. 3. Анализ особенности поведения потребителей гостиничных услуг.			36	

<ul style="list-style-type: none"> 4. Анализ информации о рынке предложений гостиничных продуктов. 5. Создание базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков. 6. Выявление конкурентов гостиничного предприятия. 7. Определение характеристик гостиничного продукта и его оптимальную номенклатуры. 8. Выявление каналов сбыта гостиничного предприятия. 9. Определение стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания 10. Анализ ценовой политики гостиницы и ее конкурентов. 11. Анализ эффективности используемых в гостинице рекламных средств и текстов. 		
Производственная практика по профилю специальности	36	3
Виды работ: <ul style="list-style-type: none"> 1. Выявление параметров сегментации целевого рынка. 2. Анализ возможности освоения новых сегментов рынка. 3. Оценка эффективности сбытовой политики. 4. Определение конъюнктуру рынка гостиничных услуг. 5. Оценка конкурентоспособность гостиничного предприятия и продукта. 6. Оценка качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству 7. Формирование комплекса дополнительных услуг гостиничного предприятия. 8. Составление и разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в гостиничном предприятии. 		

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных **кабинета**: Организации продаж гостиничного продукта., **тренинговый кабинет**: Служба продажи и маркетинга.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Организации продаж гостиничного продукта»:

- посадочные места по количеству обучающихся,
- рабочее место преподавателя,
- телевизор магнитофон,
- обучающие видеоносители,
- компьютерное место преподавателя, экран, проектор,
- тематические стенды, специализированные плакаты,
- комплекты раздаточного материала,
- демонстрационные материалы,
- комплект бланков документации службы продажи и маркетинга;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (образцы рекламных буклетов, опросных листов, анкет и т.д.),
- инструкция и журнал по технике безопасности.

Технические средства обучения: телефон, факс, компьютеры, принтер, сканер, программное обеспечение общего и профессионального назначения, Интернет, комплект учебно-методической документации

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест: Специализированная мебель, телефон, факс, компьютеры, принтер, сканер, программное обеспечение профессионального обеспечения, специальное оборудование.

Тренинговый кабинет «Службы продажи и маркетинга».

Основными средствами обучения являются электронные образовательные ресурсы, плакаты, образцы анкет, опросных листов, рекламных буклетов, слайды, видеоматериал, фото-материал на дисках, сайты Интернета.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. ГОСТ Р 50644-2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов. – Введ. 2010–07–01. – М.: Стандартинформ, 2010.
2. ГОСТ Р 51185-2008 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. – Введ. 2009–07–01. – М.: Стандартинформ, 2009.
3. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». – М.: Проспект, 2012.
4. О миграционном учёте иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации: федер. закон от 18.07.2006 №109 ФЗ. – М.: Ось-89, 2008.
5. О персональных данных: федер. закон от 27.07.2006 №152 (в ред. от 25 июля 2011 №261-ФЗ) // Российская газета – федер. выпуск. – 2011. – № 5538.
6. О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации: федер. закон от 25.07.2002 №115-ФЗ. – М.: Ось-89, 2011.
7. О ратификации Конвенции Совета Европы о защите физических лиц при автоматизированной обработке персональных данных: федер. закон от 19.12.2005 №160-ФЗ // Российская газета – федер. выпуск. – 2005. – № 3957.
8. Об информации, информатизации и защите информации: федер. закон от 20.02.95 №24-ФЗ. – М.: Омега-Л, 2006.
9. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федер. закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ. – М.: Омега-Л, 2007.
10. Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи: приказ Министерства спорта, туризма и молодёжной политики РФ от 25 января 2011 г. №35 // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 2011. – № 14.
11. Об утверждении системы классификации гостиниц и других средств размещения: приказ Федерального агентства по туризму от 21 июля 2005 г. №86 // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 2005. – № 38.
12. *Тимохина, Т. Л.* Гостиничный сервис : учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 331 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07572-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/gostinichnyy-servis-433891
13. *Тимохина, Т. Л.* Организация гостиничного дела : учебник для прикладного бакалавриата / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 331 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-08193-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/organizaciya-gostinichnogo-dela-432903

14. Тимохина, Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 336 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-534-08190-9. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/tehnologii-gostinichnoy-deyatelnosti-teoriya-i-praktika-432904

Дополнительные источники:

1. Скобкин, С. С. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для СПО / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 197 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10549-0. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/osnovy-marketinga-gostinichnyh-uslug-430799
2. Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для СПО / Л. В. Баумгартен. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 338 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10548-3. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/osnovy-marketinga-gostinichnyh-uslug-430798
3. Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 336 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07185-6. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/gostinichnaya-industriya-433890

Интернет-ресурсы:

1. Визовый кодекс ЕС от 13 июля 2009 г. [Электронный ресурс] // сайт Московской государственной юридической академии. — Режим доступа: <http://eulaw.edu.ru>
2. Все отели России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://all-hotels.ru>
3. Международная гостиничная конвенция касательно заключения контрактов владельцами гостиниц и турагентами: конвенция от 15 июня 1979 года // АльянсМедиа: национальное деловое партнёрство [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.businesspravo.ru/Docum/DocumShow_DocumID_33270.html
4. Международные гостиничные правила: одобрены Советом Международной гостиничной ассоциацией 2 ноября 1981 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.frontdesk.ru/files/International_Hospitality_law_1981.doc
5. Новости гостиниц [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.hotelnews.ru
6. Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации: Постановление Правительства РФ от 25 апреля 1997 г. №490 (в ред. от 6 октября 2011 г. №824) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://base.garant.ru/10200913/>
7. Регламент (ЕС) №526/2006 Европейского парламента и совета от 15 марта 2006 г., устанавливающий Кодекс Сообщества о режиме пересечения людьми границ //

- Московская государственная юридическая академия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://eulaw.edu.ru/documents/legislation/schengen/schengen_code.htm
8. AMADEUS Russia [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.amadeus.ru>
 9. TravelMole [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.travelmole.com>.
 10. www.delinform.ru – Интернет-журнал деловой информации для ритейлеров, рестораторов и отельеров. 2
 11. www.turgostinica.ru – Портал гостиничный бизнес в России
 12. www.prohotel.ru – Портал про гостиничный бизнес.
 13. www.votpusk.ru – Специализированный сайт о туризме, отдыхе и путешествиях.
 14. www.alltourism.ru – Специализированный сайт для туристов «Все про отдых».
 15. www.minstm.gov.ru – Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации.
 16. <http://www.samospas-spb.ru> – Пожарная безопасность общежитий, гостиниц, отелей.
 17. <http://www.travel.ru> – Портал про туристский бизнес.
 18. www.garant.ru – Информационно-правовой портал.
 19. www.consultant.ru – Информационно-правовой портал.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Изучение профессионального модуля «Организация обслуживания гостей в процессе проживания» является предшествованием профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» и прохождением производственной практики для получения рабочей профессии «Администратор гостиницы». Обязательным условием допуска является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «Прием, размещение и выписка гостей».

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Реализация программы модуля предполагает концентрированную учебную и производственную практику после освоения всех разделов модуля. Учебная практика должна проводиться в специальных учебном кабинете Организации продаж гостиничного продукта и тренинговом кабинете Служба продажи и маркетинга.

Изучение каждого раздела профессионального модуля завершается дифференцированным зачетом.

Учебная и производственная (по профилю специальности) практика завершаются дифференцированным зачетом.

При проведении практических и лабораторных занятий в рамках освоения междисциплинарного курса «Продажи гостиничного продукта» в зависимости от сложности изучения темы рекомендуется деление на подгруппы.

Изучение программы модуля завершается квалификационным экзаменом, который предполагает представление портфолио профессиональных достижений студента и защиту методических материалов.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Продажи гостиничного продукта» является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «Выполнение работ по профессии рабочего».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

- наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю изучаемого модуля;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;
- преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в три года.

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

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения. Обучение по профессиональному модулю завершается промежуточной аттестацией, которую проводит экзаменатор, либо экзаменационная комиссия.

В состав экзаменационной комиссии могут входить представители гостиниц и преподаватели профессиональных модулей.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающихся не позднее двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательными учреждениями создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблица 1).

Таблица 1

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.	<ul style="list-style-type: none"> • Правильность выявления спроса на гостиничные услуги; • Правильность проведения сегментации рынка, выявление параметров сегментирования и целевого рынка; • Правильное выявление особенностей поведения потребителей. • Грамотность общения с потребителем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги в т.ч. на иностранном языке; 	<p>Наблюдение за действиями студентов на практических занятиях.</p> <p>Экспертная оценка выполнения практических работ.</p> <p><i>Экспертная оценка освоения профессиональной компетенции в рамках текущего контроля в ходе наблюдения за деятельностью обучающегося на учебной и производственной практике</i></p>
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать быт	<ul style="list-style-type: none"> • Правильность позиционирования гостиничного продукта; • Грамотность выбора оптимальных методов формирования спроса и продвижения услуг предприятия питания; • Оценка качественного анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов; • Полнота и грамотность анализа информации о рынке гостиничных услуг и создания базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков; • Правильность выбора средств распространения рекламных материалов; • Правильность выбора техники и приемов эффективного общения с гостем в процессе выявления 	<p>Наблюдение за действиями студентов на практических занятиях.</p> <p>Экспертная оценка выполнения практических работ.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональной компетенции в рамках текущего контроля в ходе наблюдения за деятельностью обучающегося на учебной и производственной практике</p>

	<p>спроса на гостиничные услуги в т.ч. иностранном языке;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Грамотность выбора целесообразности применения средств и методов маркетинга, выбирать и использовать наиболее рациональные из них. 	
<p>ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.</p>	<p>Точность и правильность определения конъюнктуры рынка;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Правильность оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта; • Грамотность оценки качества гостиничного продукта • Грамотности оформления документов по качеству 	<p>Наблюдение за действиями студентов на практических занятиях.</p> <p><i>Экспертная оценка выполнения практических работ.</i></p>
<p>ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Грамотность разработки гостиничного продукта в соответствии с запросами потребителей. • Правильность определения характеристик и оптимальной номенклатуры услуг; • Точность и грамотность расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; • Точность и грамотность расчета себестоимости и стоимости гостиничного продукта; • Правильность определения жизненного цикла услуги гостиницы; • Правильность выбора информации о ценах и ценовой политики конкурентов; • Грамотность составления рекламных текстов на услуги гостиницы; • Правильность выбора средств распространения рекламы, • Правильность определения эффективности рекламы; • Полнота и грамотность формирования базы данных и различных информационных ресурсов; • Грамотность общения с потребителем в процессе разработки комплекса маркетинга и спроса, в т.ч. на иностранном языке. 	<p>Экспертная оценка освоения профессиональной компетенции в рамках текущего контроля в ходе наблюдения за деятельностью обучающегося на учебной и производственной практике</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Грамотности использования техники и приемов эффективного общения с гостями, деловыми партнерами и коллегами 	
<p>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.</p>		
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	<p>точность аргументации и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии.</p> <p>-способность проявлять активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности, участвуя в студенческих конференциях, профессиональных конкурсах и т.д.</p> <p>- наличие положительных отзывов по итогам учебной практики</p>	Устный экзамен с выполнением практического задания
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<p>-точность и правильность выбора применения рациональных методов и способов решения профессиональных задач в области контроля качества продукции и услуг.</p> <p>-полнота оценки эффективности и качества выполнения профессиональной задачи;</p>	Устный экзамен
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<p>принимать стандартные и нестандартные решения при подготовке и проведении производственного контроля на предприятии общественного питания.</p> <p>-принимать стандартные и нестандартные решения в процессе идентификации продукции и услуг</p>	Устный экзамен с выполнением практического задания
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Устный экзамен

эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.		
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Устный экзамен с выполнением практического задания
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения.	Устный экзамен
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	Проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий.	Устный экзамен
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня.	Устный экзамен
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	Устный экзамен