

УТВЕРЖДЕНО:
Ученым советом Института
сервисных технологий
Протокол № 12 от «20» февраля
2020 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ ПО
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ КУРСУ
МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта
по специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис»

**1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.04. ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА
включающий междисциплинарный курс
«МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта »**

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью программы подготовки специалиста среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.11 Гостиничный сервис (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) и соответствующих профессиональных компетенций (ПК), указанных в пункте 2 настоящей Программы.

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

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.

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

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

иметь практический опыт:

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора оптимального 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. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 180 часов, включая:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 132 часа;
 - самостоятельной работы обучающегося – 48 часов;
 - учебная практика -36 часов
 - производственная практика – 126 часов.
- Форма промежуточной аттестации: другие формы контроля, 5-й семестр.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной 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
ОК1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК3.	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

3.1. Тематический план профессионального модуля

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. теоретическое обучение 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 04.	МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта	180	132	84	-	48	-	-	-
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	126							126
	Учебная практика	36							36
Всего:		342	132	84	-	48	-	36	126

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, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения*
1	2	3	4
МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта			
Раздел 1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг			
Тема 1.1. Современное состояние гостиничного бизнеса	Содержание	2	
	1. Современное состояние гостиничного бизнеса.		2-3
	2. Проблемы современного гостиничного бизнеса и пути их решения		2-3
	Лабораторные работы (нет)	2	
	Практические занятия		
1. Перспективы развития гостиничного бизнеса в г. Москва.			
Тема 1.2. Перспективы развития рынка гостиничных услуг	Содержание	2	
	1. Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ.		2-3
	2. Перспективы развития гостиничного бизнеса за рубежом.		2-3
	Лабораторные работы (нет)	2	
	Практические занятия		
1. Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ.			
Раздел 2. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования			
Тема 2.1. Характерные особенности гостиничного продукта	Содержание	4	
	1. Понятие гостиничного продукта, гостиничный продукт как комплекс услуг		2-3
	2. Характеристики и отличительные особенности гостиничного продукта		2-3
	3. Комплексный гостиничный продукт и его составляющие.	2-3	
	Лабораторные работы (нет)	2	
	Практические занятия		
1. Виды гостиничных продуктов.			
Тема 2.2. Методы формирования	Содержание	2	
	1. Структура гостиничного продукта.		2-3

гостиничного продукта	2.	Уровни гостиничного продукта.		2-3
	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия			
	1.	Структура туристского продукта с точки зрения производителей.	2	
2.	Структура туристского продукта с точки зрения потребителей.			
Самостоятельная работа при изучении раздела 2. ПМ4.			8	
1. Подготовка рефератов «Методы формирования гостиничного продукта» 2. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.				
Раздел 3. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия				
Тема 3.1. Этапы жизненного цикла гостиничного продукта	Содержание		2	
	1.	Понятие жизненного цикла гостиничного продукта.		2-3
	2.	Концепция жизненного цикла гостиничного продукта и его этапы.		2-3
	Лабораторные работы (нет)		2	
	Практические занятия			
1.	Изучение жизненного цикла гостиничного продукта как решение трех крупных проблем, встающих перед гостиницами.			
Тема 3.2.Маркетинговые мероприятия как особенности жизненного цикла гостиничного продукта	Содержание		2	
	1.	Две теории о представлении гостиничного продукта на рынке.		2-3
	2.	Стратегии маркетинга гостиничной индустрии.		2-3
	Лабораторные работы (нет)		2	
	Практические занятия			
1.	Специальные маркетинговые программы и технологии обслуживания в гостиничной индустрии.			
Самостоятельная работа при изучении раздела 3. ПМ 4.			8	
1. Презентация «Гостиничный продукт как комплекс услуг». 2. Составление словаря профессиональных терминов.				
Раздел 4. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом				
Тема 4.1. Классификация потребностей гостя	Содержание		2	
	1.	Понятие запросов и предпочтений потребителя.		2-3
	2.	Основные системы классификация потребностей гостя.		2-3
	Лабораторные работы (нет)		2	

	Практические занятия (нет)			
	1.	Факторы, оказывающие влияние на потребителей.		
Тема 4.2. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.	Содержание		4	
	1.	Определение потребительских ценностей в сфере гостиничного бизнеса.		
	2.	Особенности маркетингового исследования потребительского поведения.		
	3.	Особенности маркетингового исследования потребительского поведения		
	Лабораторные работы (нет)		2	
	Практические занятия (нет)			
	1.	Критерий оценки качества гостиничного продукта как степень удовлетворения потребностей потребителя.		
Самостоятельная работа при изучении раздела 4. ПМ4.			2	
1. Подготовка рефератов «Система социологических исследований в гостиничном бизнесе».				
Раздел 5. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя				
Тема 5.1. Понятие запросов и предпочтений потребителя	Содержание		4	
	1.	Понятие запросов и предпочтений потребителя в гостиничной индустрии.		
	2.	Понятие запросов и предпочтений потребителя в гостиничной индустрии.		2-3
	Лабораторные работы (нет)		2	
	Практические занятия			
	1.	Оценка опыта потребителей и варианты действий предприятия в области маркетинга.		
Тема 5.2. Методы изучения и оценки (анализа) потребительских запросов и предпочтений	Содержание		4	
	1.	Методы изучения и оценки потребительских запросов и предпочтений		
	2.	Методы прогнозирования предпочтений и запросов потребителей.		2-3
	Лабораторные работы (нет)		2	
	Практические занятия			
	1.	Маркетинговое исследование потребительских запросов и предпочтений.		
Самостоятельная работа при изучении раздела 5. ПМ 4.			8	
1. Подготовка сообщений «Психологические модели покупательских мотиваций».				
2. Составление словаря профессиональных терминов.				
3. Разбор ситуационных заданий по анализу потребительских запросов.				

Раздел 6. Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения				
Тема 6.1. Факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей.	Содержание		4	
	1.	Потребительское поведение и целевые группы потребителей		2-3
	2.	Классификация факторов, обуславливающих поведение покупателей.	2-3	
	Лабораторные работы (нет)		2	
	Практические занятия			
1.	Маркетинг отношений с потребителями.			
Тема 6.2. Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей	Содержание		4	
	1.	Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей		2-3
	2.	Изучение и анализ системы ценностей потребителей	2-3	
	Лабораторные работы (нет)		2	
	Практические занятия			
1.	Методы измерения степени удовлетворения потребителя.			
Самостоятельная работа при изучении раздела 6. ПМ4.		6		
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.				
2. Составление словаря профессиональных терминов.				
3. Подготовка сообщений «Модели кросс-культурного поведения».				
Раздел 7. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта				
Тема 7.1. Сегмент рынка и позиционирование гостиничного продукта	Содержание		4	
	1.	Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. Характеристика признаков и методов сегментации.		2-3
	2.	Позиционирование гостиничных продуктов и услуг.	2-3	
	Лабораторные работы (нет)		2	
	Практические занятия			
1.	Выявление перспективных сегментов рынка гостиничных услуг.			
Тема 7.2. Последовательность маркетинговых	Содержание		4	
	1.	Рынок гостиничных услуг. Процесс целевого маркетинга.		2-3
	2.	Сегментация рынка гостиничных услуг. Определение целевого рынка.	2-3	

мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта	3.	Позиционирование гостиничного продукта на рынке.		2-3	
	Лабораторные работы (нет)		2		
	Практические занятия				
	1.	Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства			
Самостоятельная работа при изучении раздела 7. ПМ 4.			2		
1. Подготовка рефератов «Позиционирование гостиничных продуктов, понятие и значение».					
Раздел 8. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице					
Тема 8.1. Формирование номенклатуры услуг в гостинице	Содержание		4		
	1.	Понятия «ассортиментные группы и единицы гостиничных продуктов и услуг», «ассортиментная политика гостиницы».			2-3
	2.	Формирование характеристик номенклатуры услуг в гостинице.			2-3
	Лабораторные работы (нет)		2		
	Практические занятия				
	1.	Показатели широты, глубины и насыщенности ассортимента			
Тема 8.2. Управление номенклатурой услуг в гостинице	Содержание		4		
	1.	Методы управления номенклатурой услуг в гостинице.			2-3
	2.	Анализ и управление текущим состоянием запасов по номенклатуре и ассортименту в гостинице.			2-3
	Лабораторные работы (нет)		2		
	Практические занятия				
	1.	Номенклатура основных групп показателей качества гостиничных услуг.			
Самостоятельная работа при изучении раздела 8. ПМ4.			4		
1. Подготовка презентации «Составление матрицы SWOT-анализа».					
Раздел 9. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы					
Тема 9.1. Особенности продаж номерного фонда гостиницы	Содержание		4		
	1.	Система продвижения и каналы распределения основных гостиничных услуг.			2-3
	2.	Каналы сбыта основных гостиничных услуг.			2-3
	3.	Прямые продажи, агентские продажи основных гостиничных услуг.	2-3		
	Лабораторные работы (нет)		2		
	Практические занятия				
1.	Факторы, влияющие на разработку				

		и объём продаж гостиничного продукта		
Тема 9.2. Особенности продаж дополнительных услуг гостиницы	Содержание		6	
	1.	Система продвижения и каналы распределения дополнительных гостиничных услуг.		2-3
	2.	Каналы сбыта дополнительных гостиничных услуг.		2-3
	3.	Прямые продажи, агентские продажи дополнительных услуг.	2-3	
	Лабораторные работы (нет)		4	
	Практические занятия			
1.	Определение характеристик и оптимальной номенклатуры основных и дополнительных услуг гостиницы.			
Самостоятельная работа при изучении раздела 9. ПМ 4.			10	
Реферат на тему: «Разработка плана маркетинга гостиничного предприятия»				
Раздел 10. ПМ 4. Специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, система скидок и надбавок				
Тема 10.1. Специфика ценовой политики гостиницы	Содержание		4	
	1.	Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия, особенности ценообразования в гостиничном бизнесе.		2-3
	2.	Выбор методов ценообразования.		2-3
	3.	Ценообразование на различных типах рынка.	2-3	
	Лабораторные работы (нет)		2	
	Практические занятия			
1.	Анализ ценовой политики конкурентов.			
Тема 10.2. Факторы, влияющие на формирование ценовой политики гостиничного продукта, система скидок и надбавок	Содержание		6	
	1.	Методика расчёта базисной цены гостиничного продукта.		2-3
	2.	Формирование ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок.		2-3
	Лабораторные работы (нет)		2	
	Практические занятия			
	1.	Выполнение расчёта себестоимости и стоимости гостиничного продукта.		
Раздел 11. ПМ 4. Специфика рекламы услуг и гостиничного продукта				
Тема 11.1. Специфика рекламы услуг	Содержание		4	
	1.	Реклама гостиничных предприятий, её роль и значение, функции, виды, правовая база.		2-3

	2.	Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, e-mail-маркетинг)		2-3
	Лабораторные работы (нет)		4	
	Практические занятия			
Тема 11.2. Специфика рекламы гостиничного продукта	1.	Критерии выбора средств рекламы гостиничными предприятиями.	8	2-3
	Содержание			
	1.	Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. PR: понятие, назначение, виды мероприятий.		
	2.	Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.	2	2-3
	Лабораторные работы (нет)			
	Практические занятия			
	1.	Организация рекламной кампании. Методика разработки рекламной программы гостиничного предприятия.		
2.	Выбор видов и носителей рекламы. Правила рекламы.			

Учебная практика	36	3
Научиться самостоятельно выявлять параметры сегментации целевого рынка	6	3
Ознакомиться с процессом проведения анализа возможности освоения новых сегментов рынка	6	3
Узнать теоретические основы проведения оценки эффективности сбытовой политики	6	3
Ознакомиться с процессом определения конъюнктуры рынка гостиничных услуг	6	3
Ознакомиться с процессом проведения оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта	6	3
Самостоятельно провести первичную оценку качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству	6	3
Производственная практика(по профилю специальности)	126	3
Виды работ		
Самостоятельно выявить параметры сегментации целевого рынка	10	3
Самостоятельно провести анализ возможности освоения новых сегментов рынка	18	3
Самостоятельно провести оценку эффективности сбытовой политики	18	3
Самостоятельно определить конъюнктуру рынка гостиничных услуг	18	3
Самостоятельно провести оценку конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта	26	3

Самостоятельно провести оценку качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству	20	3
Самостоятельно осуществить формирование комплекса дополнительных услуг гостиничного предприятия	10	3
Самостоятельно составление и разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности гостиничного предприятия	6	3
Всего	180	

*Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

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

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов: «Кабинет организации продаж гостиничного продукта» и учебной аудитории.

Оборудование учебного кабинета: Учебная мебель, доска, ПК-13, Система Интернет, Мини-Отель (бесплатное).

Оборудование учебной аудитории: Учебная мебель, доска, ПК-13, Система Интернет, Мини-Отель (бесплатное)

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие/Мазилкина Е. И. - М.:

Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016 Режим доступа <http://znanium.com/catalog/product/519133>

2. Гостиничный сервис: Учебник / Н.Г. Можяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Альфа-М: НИЦ

ИНФРА-М, 2013. Режим доступа <http://znanium.com/catalog/product/415579>

3. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа

<http://znanium.com/catalog/product/430064>

Дополнительные источники:

1. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие/Мазилкина Е. И. - М.:

Альфа-М, НИЦ ИНФРА-М, 2016 Режим доступа <http://znanium.com/catalog/product/519133>

2. Гостиничный сервис: Учебник / Н.Г. Можяева, Г.В. Рыбачек. - М.: Альфа-М: НИЦ

ИНФРА-М, 2013. Режим доступа <http://znanium.com/catalog/product/415579>

3. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. Режим доступа

<http://znanium.com/catalog/product/430064>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: деловые игры, индивидуальные и групповые проекты, анализ производственных ситуаций, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

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, как традиционными, так и инновационными методами, включая компьютерные технологии.

Профессиональный модуль считается освоенным при условии получения положительной оценки на квалификационном экзамене.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

- высшее профессиональное образование, соответствующее профилю изучаемых модулей; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.
- Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой
- Инженерно-педагогический состав: высшее профессиональное образование, соответствующее профилю изучаемых модулей; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги	<ul style="list-style-type: none"> - правильность выявления спроса на гостиничные услуги; - правильность проведения сегментации рынка, выявления параметров сегментирования и целевого рынка; - правильное выявление особенностей поведения потребителей; - грамотное общение с потребителем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги, в т.ч. на иностранном языке 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - при выполнении и защите результатов практических занятий ;
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт	<ul style="list-style-type: none"> - правильность позиционирования гостиничного продукта; - грамотность выбора оптимальных методов формирования спроса и продвижения услуг индустрии гостеприимства; - оценка качественного анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов; - полнота и грамотность анализа информации о рынке гостиничных услуги создания базы данных потребителей, конкурентов, 	<ul style="list-style-type: none"> - при выполнении работ на производственной практике; - при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю

	<p>поставщиков;</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность выбора средств распространения рекламных материалов; - правильность выбора техники и приёмов эффективного общения с гостем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги, в т.ч. на иностранном языке; - грамотность выбора целесообразности применения средств и методов маркетинга, выбора и использования наиболее рациональные из них 	
<p>ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг</p>	<ul style="list-style-type: none"> - точность и правильность определения конъюнктуры рынка; - правильность оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта; - правильность оценки качества гостиничного продукта; - грамотность оформления документов по качеству 	
<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 расчёта стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - точность и грамотность расчёта себестоимости и стоимости гостиничного продукта; - правильность определения жизненного цикла услуги гостиницы; - правильность выбора информации о ценах и ценовой политике конкурентов; - грамотность составления рекламных текстов об услугах гостиницы; - правильность выбора средств распространения рекламы, - правильность определения эффективности рекламы; 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - при выполнении и защите результатов практических занятий; - при выполнении работ на производственной практике; - при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю

	<ul style="list-style-type: none"> - 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; - правильное использование техники приёмов эффективного общения с гостями, деловыми партнёрами и коллегами 	
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<ul style="list-style-type: none"> - точность аргументации и полнота 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.; - наличие положительных отзывов по итогам учебной практики 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - при выполнении и защите результатов практических занятий; - при выполнении работ на производственной практике; - при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<ul style="list-style-type: none"> - точность и правильность выбора применения рациональных методов и способов решения профессиональных задач в области контроля качества продукции и услуг; - полнота оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - при выполнении и защите результатов практических занятий; - при выполнении работ на производственной практике; - при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного)

		по модулю
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> - принимать стандартные и нестандартные решения при подготовке и проведении производственного контроля на предприятии индустрии гостеприимства; - принимать стандартные и нестандартные решения в процессе идентификации продукции и услуг 	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<ul style="list-style-type: none"> - нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития 	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности 	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<ul style="list-style-type: none"> – взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями и кураторами практики в ходе обучения 	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	<ul style="list-style-type: none"> – самоанализ и коррекция результатов собственной работы; – проявление ответственности за работу подчинённых, результат выполнения заданий 	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<ul style="list-style-type: none"> – планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня 	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> – проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; – анализ инноваций в области продаж гостиничного продукта 	