

**Аннотация по дисциплине**  
**МДК.04.01 Организация продаж гостиничного продукта**

**Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины МДК.04.01 Организация продаж гостиничного продукта, является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис

**Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:**

Дисциплина МДК.04.01 относится к дисциплинам профессионального модуля – ПМ.04 Продажи гостиничного продукта.

Для освоения дисциплины студенты используют знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплин: ОП 01 «Менеджмент», МДК 01.01 «Организация деятельности служб бронирования гостиничных услуг», МДК 02.01 «Прием, размещение и выписка гостей».

**Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:**

Цели дисциплины:

- подготовка специалистов, владеющих системой знаний о продажах гостиничного продукта;
- изучение механизма технологий продаж гостиничного продукта.

Задачи:

- изучение и анализ потребностей потребителей гостиничного продукта;
- подбор соответствующий им гостиничный продукт;
- разработка практические рекомендации по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявление конкурентоспособность гостиничного продукта и организации;
- участие в разработке комплекса маркетинга.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (перечень формируемых компетенций)**

Обучающийся должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

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.

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

### Структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Всего	Количество аудиторных часов		Самостоятельная работа обучающегося (час)
		Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;	36	12	12	0
Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;	36	14	0	0
Методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта, особенности их поведения;	38	14	12	12
Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;	34	12	10	12
Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;	36	12	12	12
Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;	36	12	12	12
Специфика ценовой политики гостиницы, специфика рекламы услуг гостиницы и гостиничного продукта.	40	14	12	14
Конкурентная среда. Маркетинговые исследования.	36	12	12	12
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>292</b>	<b>102</b>	<b>82</b>	<b>74</b>

Форма промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен

### Основная литература

1. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]: учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 218 с. - URL: <https://www.biblio-online.ru/viewer/7A988CDD-397E-43CF-A04E-E5ACE416952D#page/1>

2. Основы маркетинга. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство

Юрайт, 2016. — 325 с. — (Профессиональное образование). — URL: <https://bibli-online.ru/viewer/1D8C1758-4837-4253-B4AF-2A472622392A#page/1>