

**АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ПМ.04 Продажи гостиничного продукта**  
**специальность 43.02.11. Гостиничный сервис**

Общая трудоемкость: в 5 семестре 223 часа, в том числе: лекции 70 часов, практические занятия 80 часов, курсовая работа 20 часов, самостоятельная работа студентов 53 часа.

**Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения.**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной дисциплины должен

*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;
- потребители 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.

*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.
- информирования потребителя о бронировании.

### **Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена**

Профессиональный модуль ПМ.04 Продажи гостиничных услуг опирается на предшествующие дисциплины и формирует компетенции для освоения последующих дисциплин.

Для освоения дисциплины студенты используют знания, умения и навыки, сформированные на дисциплинах «Менеджмент» (ОК 9) «Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности» (ПК 2.3-2.5), ОП 02 Правовое и документационное обеспечение в профессиональной деятельности, ПМ.01 «Бронирование гостиничных услуг», ПМ. 02 «Прием, размещение и выписка гостей», ПМ.03 «Организация обслуживания гостей в процессе проживания».

### **Требования к уровню освоения дисциплины**

Результатом освоения программы профессионального цикла является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Бронирование гостиничных услуг», в том числе профессиональными компетенциями (ПК), указанными ФГОС по специальности 43.02.11. Гостиничный сервис:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 4.1Выявлять спрос на гостиничный услуги.	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;</li> <li>– проводить сегментацию рынка;</li> </ul> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;</li> <li>– потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;</li> <li>– методы изучения и анализа предпочтений потребителя;</li> <li>– потребители гостиничного продукта, особенности их поведения;</li> <li>– последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;</li> </ul> <p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного</li> </ul>

	продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта
ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт.	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;</li> <li>– проводить сегментацию рынка;</li> <li>– разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;</li> </ul> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;</li> <li>– гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;</li> <li>– особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;</li> <li>– потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;</li> <li>– методы изучения и анализа предпочтений потребителя;</li> <li>– потребители гостиничного продукта, особенности их поведения;</li> <li>– последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;</li> <li>– особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;</li> <li>– специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта;</li> </ul> <p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;</li> </ul>
ПК 4.3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;</li> <li>– собирать и анализировать информацию о ценах</li> </ul> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;</li> <li>– особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;</li> <li>– формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;</li> </ul> <p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;</li> </ul>
ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;</li> <li>– разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;</li> <li>– оценивать эффективность сбытовой политики;</li> <li>– выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;</li> <li>– собирать и анализировать информацию о ценах;</li> </ul> <p>знать:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;</li> <li>– особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;</li> <li>– последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;</li> <li>– специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок;</li> <li>– специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта иметь практический опыт:</li> <li>– участия в разработке комплекса маркетинга</li> </ul>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

В процессе освоения ПД студенты должны овладеть общими компетенциями (ОК):

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация интереса к будущей профессии
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области продаж гостиничных услуг; – оценка эффективности и качества выполнения;
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области продаж гостиничных услуг
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– работа с автоматизированными системами продаж гостиничного продукта
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	– самоанализ и коррекция результатов собственной работы
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной	– анализ инноваций в области продаж гостиничных услуг

деятельности	
--------------	--

### **Основные разделы дисциплины:**

<b>Наименование разделов и тем</b>
<b>Раздел 1 ПМ.04 Система формирования, продвижения и сбыта гостиничного продукта</b>
Тема 1.1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг
Тема 1.2. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования
Тема 1.3. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием
Тема 1.4 Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта
Тема 1.5 Конкуренция и конкурентоспособность
Тема 1.6 Специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок
Тема 1.7 Организация процесса продаж
Тема 1.8 Характеристика основных современных средств продвижения гостиничных услуг
Курсовое проектирование
<b>Раздел 2. ПМ 04. Предпринимательство в сфере сервиса</b>
Тема 2.1. Введение. Основы предпринимательства
Тема 2.2 Государственное регулирование предпринимательской деятельности
Тема 2. 3. Жизненный цикл предпринимательского сервиса

Тема 2.4. Маркетинговые технологии в гостиничном сервисе
Тема 2.5. Предпринимательский риск в гостиничном бизнесе
Тема 2.6. Оценка эффективности предпринимательской деятельности

**Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен квалификационный.**

**Основные источники:**

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник для академического бакалавриата / Л. В. Баумгартен. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 338 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00581-3. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/13C1B314-E160-4DBF-BB81-AC90BF2F4A2E](http://www.biblio-online.ru/book/13C1B314-E160-4DBF-BB81-AC90BF2F4A2E).
2. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 218 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04421-8. — Режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/EF7A05BD-EDE3-4069-9434-D071381A7E4F](http://www.biblio-online.ru/book/EF7A05BD-EDE3-4069-9434-D071381A7E4F).

Автор: Гусарь Н.В.