

**Аннотация по профессиональному модулю
ПМ.04 Продажи гостиничного продукта
специальность 43.02.11. Гостиничный сервис**

Курс 3 Семестр 5

Количество часов:

всего: 363 часа

лекционных занятий – 70 часов,

практических занятий – 80 часов,

курсовое проектирование – 20 часов,

практики производственной – 118 часов,

консультаций – 32 часа,

самостоятельной работы – 53 часа.

Цель модуля: овладение видом профессиональной деятельности: Продажи гостиничного продукта и соответствующими профессиональными компетенциями.

Задачи модуля: получение практического опыта

– 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.

Место модуля в структуре ПССЗ:

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

Для освоения дисциплины студенты используют знания, умения и навыки, сформированные на дисциплинах ОП.1 Менеджмент, ЕН.01 Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, ОП. 02 Правовое и документационное обеспечение в профессиональной деятельности, ПМ.01 Бронирование гостиничных услуг, ПМ. 02 Прием, размещение и выписка гостей.

Результаты обучения (компетенции, знания, умения, практический опыт):

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять 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 команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности
ПК 4.1	Выявлять спрос на гостиничный 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

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> – 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
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – 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

	<p>освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – 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

Содержание и структура модуля

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов						
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	Консультации	Практика производственная
			Л	ПЗ	КР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта	172	42	60	20	36	14	
2	МДК 04.02 Предпринимательство в сфере сервиса	73	28	20	-	17	8	
3	Практика производственная	118	-	-	-	-	10	108
	Всего	363	70	80	20	53	32	108

Курсовые проекты (работы): *предусмотрены*

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: технология использования в обучении игровых

методов: ролевых, деловых, и других видов обучающих игр, технологии проблемного обучения, информационно-коммуникационные технологии, технологии равноуровневого обучения, проектные технологии.

Вид аттестации: экзамен квалификационный

Основная литература

1. Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг: учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Баумгартен. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 338 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10548-3. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/430798>

2. Кузьмина, Е. Е. Предпринимательская деятельность: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 417 с. — (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-07575-5. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/437823>

3. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 197 с. — (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-07356-0. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/438658>

4. Организация продаж гостиничного продукта : учеб. пособие / Е.И. Мазилкина. – М.: ИНФРА-М, 2019. – 207 с. – (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1010664>

Автор: Гусарь Наталья Владимировна