

Аннотация дисциплины «Организация продаж гостиничного продукта» Специальность 43.02.11 Гостиничный сервис

Цель дисциплины:

- подготовка специалистов, владеющих системой знаний о продажах гостиничного продукта;
- изучение механизма технологий 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 на дисциплинах «Менеджмент» (ОК 9) «Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности» (ПК 2.3-2.5)

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.

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 282 часов, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося 188 часа;
- самостоятельная работа обучающегося 94 часов.

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, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, 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. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги. Анализировать результаты деятельности службы гостиничного фонда и потребности в материальных ресурсах и персонале, принимать меры по их изменению.

ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт. Владеть методами стимулирования и повышения мотивации подчиненных, обеспечения их лояльности.

ПК 4.3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.

ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

Гостиничный маркетинг и технологии продаж.

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		4
Учебная нагрузка (всего)	282	282
Аудиторные занятия (всего)	188	188
В том числе:		
занятия лекционного типа	94	94
практические занятия (практикумы)	94	94
лабораторные занятия		
Самостоятельная работа (всего)	94	94
в том числе:		
<i>Реферат</i>	16	16
<i>Самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных</i>	78	78

<i>заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала</i>		
Вид промежуточной аттестации (экзамен)		
Общая трудоемкость 250 час	282	282

Формы текущего контроля успеваемости студентов:
рефераты, деловая игра, тестирование, опрос.

Форма проведения аттестации по дисциплине: защита курсовой работы, экзамен.

Основная литература:

1. Баумгартен, Л. В. Основы маркетинга гостиничных услуг : учебник для среднего профессионального образования / Л. В. Баумгартен. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 338 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10548-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495455>

2. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489724>

3. Ключевская, И. С. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие / И.С. Ключевская. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 236 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-015631-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1855778>. – Режим доступа: по подписке.

Составитель:
преподаватель СПО

М.В. Самсоненко