



1920

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Филиал федерального государственного бюджетного образовательного
учреждения высшего образования
«Кубанский государственный университет» в г. Геленджике



Рабочая программа дисциплины

МДК 04.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАБОТНИКОВ СЛУЖБЫ БРОНИРОВАНИЯ И ПРОДАЖ

специальность 43.02.14 Гостиничное дело

Рабочая программа профессионального модуля ПМ 04 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж, разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) среднего профессионального образования (далее – СПО) по специальности 43.02.14 Гостиничное дело. Входит в состав укрупненной группы специальностей 43.00.00 Сервис и туризм утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 09.12.2016 №1552 (зарегистрирован в Минюсте России 26.12.2016 № 44974)

Дисциплина МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж

Форма обучения	очная
Учебный год	2021-2022
3 курс	5,6 семестр
лекции	176 час.
практические занятия	120 час.
самостоятельные занятия	18 час.
курсовое проектирование	24 час.
консультации	6 час.
промежуточная аттестация	12 час.
форма итогового контроля	экзамен

Составитель: преподаватель



М.В. Самсоненко

Утверждена на заседании предметной (цикловой) комиссии профессиональных дисциплин Гостиничного сервиса
Протокол № 10 от «24» мая 2021 г.

Председатель ПЦК


(подпись)

Т.А.Резуненко

«24» мая 2021 г.



Генеральный директор
ООО Ситаторий «Красная Галка»



К.Т. Дмитриев

ИП Стефанова З.К
Отель «Парадейсон»



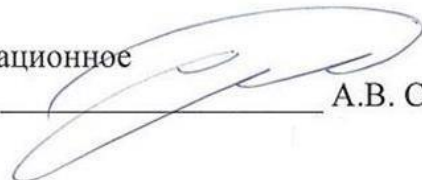

К. Стефанова

ЛИСТ
согласования рабочей учебной программы по дисциплине
МДК 04.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
РАБОТНИКОВ СЛУЖБЫ БРОНИРОВАНИЯ И ПРОДАЖ
Специальность среднего профессионального образования:
43.02.14 Гостиничное дело

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора по УР филиала _____  Т.А. Резуненко

Заведующая сектором библиотеки филиала _____  Л.Г. Соколова

Инженер-электроник (программно-информационное
обеспечение образовательной программы) _____  А.В. Сметанин

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
МДК 04.01 Организация деятельности сотрудников службы бронирования и продаж	5
1.1. Область применения программы	5
1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:	5
1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины	5
1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (перечень формируемых компетенций)	7
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	14
2.2. Структура дисциплины	14
2.3. Тематический план и содержание учебной дисциплины	15
2.4. Содержание разделов дисциплины.....	19
2.4.1. Занятия лекционного типа	19
2.4.2. Практические занятия.....	21
2.4.3. Содержание самостоятельной работы.....	22
2.4.4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	24
3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	29
3.1. Образовательные технологии при проведении лекций	29
3.2 Образовательные технологии при проведении практических занятий....	30
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ	31
4.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	31
5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	31
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	36
7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ.....	40
7.1. Паспорт фонда оценочных средств.....	40
7.2. Критерии оценки знаний	40
7.3. Оценочные средств для проведения текущей аттестации	41
7.4. Оценочные средств для проведения промежуточной аттестации.....	44
7.4.1. Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации (экзамен)	44
8. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	47

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МДК 04.01 Организация деятельности сотрудников службы бронирования и продаж

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины МДК 04.01 Организация деятельности сотрудников службы бронирования и продаж, является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Дисциплина МДК.04.01 относится к дисциплинам профессионального модуля – ПМ.04 Организация деятельности сотрудников службы бронирования и продаж

Для освоения дисциплины студенты используют знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплин: ОП 01 «Менеджмент и управление персоналом в гостиничном деле», ОП 02 «Основы маркетинга гостиничных услуг», МДК 01.01 «Организация и контроль текущей деятельности службы приема и размещения».

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Главная стратегическая цель рабочей программы СПО по специальности 43.02.14 «Гостиничное дело» - формирование совокупности знаний, умений и навыков у студентов в данной области для дальнейшей профессиональной деятельности.

Цели дисциплины:

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

Задачи:

- изучение правил процесса бронирования гостиничных услуг;
- владение технологией ведения телефонных переговоров;
- 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.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

Знать:

- Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации;
- организацию службы бронирования;
- виды и способы бронирования;
- виды заявок по бронированию и действия по ним;
- последовательность и технологию резервирования мест в гостинице;
- правила заполнения бланков бронирования для индивидуальных, компаний, турагентств и операторов;
- особенности и методы гарантированного и негарантированного бронирования;
- правила аннулирования бронирования;
- правила ведения телефонных переговоров и поведения в конфликтных ситуациях с потребителями при бронировании;
- состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для обеспечения процесса бронирования
- 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.

Уметь:

- организовывать рабочее место службы бронирования;
- оформлять и составлять различные виды заявок и бланков;
- вести учет и хранение отчетных данных;
- владеть технологией ведения телефонных переговоров;
- аннулировать бронирование;
- консультировать потребителей о применяемых способах бронирования;
- осуществлять гарантирование бронирования различными методами;
- использовать технические, телекоммуникационные средства и профессиональные программы для приема заказа и обеспечения бронирования;
- 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;
- формировать содержание рекламных материалов;
- собирать и анализировать информацию о ценах;

В ходе освоения дисциплины обучающийся должен

иметь практический опыт:

- приема заказов на бронирование от потребителей;
- выполнения бронирования и ведения его документационного обеспечения;
- информирования потребителя о бронировании.
- выявления, анализа и формирования спроса на гостиничные услуги;
- проведения сегментацию рынка;
- разработки гостиничного продукта в соответствии с запросами потребителей, определения его характеристики и оптимальной номенклатуры услуг;
- оценки эффективности сбытовой политики; выбора средства распространения рекламы и определения их эффективности;
- формирования содержания рекламных материалов;
- сбора и анализа информации о ценах.

В результате освоения данной рабочей программы студент должен обладать следующими компетенциями, включающими в себя способность:

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (перечень формируемых компетенций)

Обучающийся должен обладать общими компетенциями, включающими в себя способность:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей.

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержание необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке

ОК 11 Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере

Перечень профессиональных компетенций

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 356 часов, в том числе:

обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося 320 часов;

самостоятельная работа обучающегося 18 часов, курсовая работа 24 часа. ПК

4. 1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонал

ПК 4.2. Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы

ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества

№ п/п	Индекс компетенции Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	практический опыт (владеть)
1.	ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	Актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; Основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте. Алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; Методы работы в профессиональной и смежных сферах. Структура плана для решения задач Порядок оценки результатов решения задач	Распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; Анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; Правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; Составить план действия, Определить необходимые ресурсы; Владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализовать составленный план; Оценивать результат и последствия своих действий	Распознавание сложных проблемных ситуаций в различных контекстах. Проведение анализа сложных ситуаций при решении задач профессиональной деятельности Определение этапов решения задачи. Определение потребности в информации Осуществление эффективного поиска. Выделение всех возможных источников нужных ресурсов, в том числе неочевидных.

№ п/п	Индекс компетенции Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	практический опыт (владеть)
		профессиональной деятельности		Разработка детального плана действий Оценка рисков на каждом шагу Оценивает плюсы и минусы полученного результата, своего плана и его реализации, предлагает критерии оценки и рекомендации по улучшению плана.
2.	ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности Приемы структурирования информации Формат оформления результатов поиска информации	Определять задачи поиска информации Определять необходимые источники информации Планировать процесс поиска Структурировать получаемую информацию Выделять наиболее значимое в перечне информации Оценивать практическую значимость результатов поиска Оформлять результаты поиска	Планирование информационного поиска из широкого набора источников, необходимого для выполнения профессиональных задач Проведение анализа полученной информации, выделяет в ней главные аспекты. Структурировать отобранную информацию в соответствии с параметрами поиска; Интерпретация полученной информации в контексте профессиональной деятельности
3.	ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.	Содержание актуальной нормативно-правовой документации Современная научная и профессиональная терминология Возможные траектории профессионального развития и самообразования	Определять актуальность нормативноправовой документации в профессиональной деятельности Выстраивать траектории профессионального и личностного развития	Использование актуальной нормативноправовой документацию по профессии (специальности) Применение современной научной профессиональной терминологии Определение траектории профессионального развития и самообразования.

№ п/п	Индекс компетенции Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	практический опыт (владеть)
4.	ОК 4 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	Психология коллектива Психология личности Основы проектной деятельности	Организовывать работу коллектива и команды Взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	Участие в деловом общении для эффективного решения деловых задач Планирование профессиональной
5.	ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста..	Особенности социального и культурного контекста Правила оформления документов.	Излагать свои мысли на государственном языке Оформлять документы	Грамотно устно и письменно излагать свои мысли по профессиональной тематике на государственном языке Проявление толерантности в рабочем коллективе
6.	ОК 6 Проявлять гражданскопатриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе общечеловеческих ценностей.	Сущность гражданскопатриотической позиции Общечеловеческие ценности Правила поведения в ходе выполнения профессиональной деятельности	Описывать значимость своей профессии Презентовать структуру профессиональной деятельности по профессии (специальности)	Понимать значимость своей профессии (специальности) Демонстрация поведения на основе общечеловеческих ценностей.
7.	ОК 7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	Правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности Основные ресурсы задействованные в профессиональной деятельности Пути обеспечения ресурсосбережения.	Соблюдать нормы экологической безопасности Определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по профессии (специальности)	Соблюдение правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; Обеспечивать ресурсосбережение на рабочем месте
8.	ОК 8 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления	Роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; Основы здорового образа жизни; Условия	Использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; Применять рациональные приемы	Сохранение и укрепление здоровья посредством использования средств физической культуры Поддержание уровня физической

№ п/п	Индекс компетенции Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	практический опыт (владеть)
	здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержание необходимого уровня физической подготовленности.	профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для профессии (специальности) Средства профилактики перенапряжения	двигательных функций в профессиональной деятельности Пользоваться средствами профилактики перенапряжения характерными для данной профессии (специальности)	подготовленности для успешной реализации профессиональной деятельности
9.	ОК 9 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.	Современные средства и устройства информатизации Порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности	Применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач Использовать современное программное обеспечение	Применение средств информатизации и информационных технологий для реализации профессиональной деятельности
10	ОК 10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности	Понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	Применение в профессиональной деятельности инструкций на государственном и иностранном языке. Ведение общения на профессиональные темы
11	ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	Основы предпринимательской деятельности Основы финансовой грамотности Правила разработки бизнес-планов Порядок выстраивания презентации Кредитные банковские продукт	Выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи Презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности Оформлять бизнес-план Рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования	Определение инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности Составлять бизнес план Презентовать бизнес-идею Определение источников финансирования Применение грамотных кредитных продуктов для открытия дела

№ п/п	Индекс компетенции Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	практический опыт (владеть)
.12	ПК 4.1 Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале	структура и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием, взаимосвязь с другими подразделениями гостиницы; направления работы отделов бронирования и продаж; функциональные обязанности сотрудников службы бронирования и продаж; рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта;	оценивать и планировать потребность службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале; планировать и прогнозировать продажи;	планирования потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале;
13	ПК 4.2 Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы	Знания: способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка; ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж	организации деятельности сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы; разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов; выявлении конкурентоспособности гостиничного продукта; оформления документов и ведения диалогов на профессиональную тематику на иностранном языке;

№ п/п	Индекс компетенции Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
		знать	уметь	практический опыт (владеть)
		отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта;		
14	ПК 4.3 Контролирова ть текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей	Стандарты обслуживания и регламенты службы бронирования и продаж ; Критерии и показатели качества обслуживания; Основные и дополнительные услуги, предоставляемые гостиницей; Категории гостей и особенности обслуживания; методы и особенности при стимулировании труда персонала службы бронирования и продаж ;	оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта; выбирать эффективные методы стимулирования и повышения мотивации подчиненных;	контроля текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей определения эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; стимулирование подчиненных и реализация мер по обеспечению их лояльности

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	356
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	320
в том числе:	
занятия лекционного типа	176
практические занятия	120
курсовое проектирование	24
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	18
в том числе:	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	18
Консультации	6
Промежуточная аттестация в форме (экзамена)	12

2.2. Структура дисциплины

Наименование разделов и тем	Всего	Количество аудиторных часов		Самостоятельная работа обучающегося (час)
		Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Организация работы службы бронирования	22	12	10	
Виды и способы бронирования	24	12	10	2
Состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для приема заказов	30	16	12	2
Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;	32	18	12	2
Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования	32	18	12	2
Методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта, особенности их поведения;	34	20	12	2
Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;	34	20	12	2

Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы	36	20	14	2
Специфика ценовой политики гостиницы, специфика рекламы услуг гостиницы и гостиничного продукта.	36	20	14	2
Конкурентная среда. Маркетинговые исследования.	34	20	12	2
Всего по дисциплине	314	176	120	18

2.3. Тематический план и содержание учебной дисциплины

МДК.02.01 МДК 04.01 Организация деятельности сотрудников службы бронирования и продаж

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
МДК 04.01 Организация деятельности сотрудников службы бронирования и продаж				
Тема 1. 1. Организация работы службы бронирования	Содержание		23	1,2
	Лекции		12	
	1	Службы бронирования: цели, основные функции, состав персонала, стандартное оборудование		
	2	Требования к обслуживающему персоналу. Проблемы службы бронирования.		
	3	Стандартное оборудование отдела бронирования. Организация рабочего места службы бронирования.		
	4	Охрана труда и техника безопасности на рабочем месте		
	5	Нормативная документация, регламентирующая деятельность гостиниц при осуществлении операций бронирования		
	7	Внутренние взаимодействия сотрудников службы бронирования.		
	Практические занятия №1			
	1	Заполнение листа-бронирования		
	2	Расчет стоимости проживания и путевки		
	Самостоятельная работа		1	
	1	Выписать состав служб гостиничного предприятия		
	2	Выполнение домашнего задания по теме: «Составление организационной структуры управления службы бронирования или приема и размещения в крупной гостинице»		
Тема 1.2. Виды и способы бронирования	Содержание		23	1,2
	Лекции		12	
		Виды бронирования: гарантированное, негарантированное и двойное.(сверхбронирование)		
		Индивидуальное, групповое, коллективное бронирование и их особенности.		
		Алгоритм рассмотрения заявок. Виды заявок и действия по ним. Формы, бланки заявок на бронирование.		

		Подтверждения при гарантированном и негарантированном бронировании.		
		Виды отказов от бронирования. Аннуляция при гарантированном и негарантированном бронировании.		
		Виды оплаты бронирования		
	Практические занятия №2		10	2
		Оформление бланков подтверждение бронирования		
		Оформление бланков отказа и аннуляции бронирования		
		Анализ особенностей группового бронирования		
		Решение ситуационных задач по групповому бронированию		
	Самостоятельная работа студента		1	3
		Выполнить задания по теме: «Алгоритм рассмотрения заявок. Виды заявок и действия по ним».		
		Составить таблицу преимуществ каждого вида бронирования.		
Тема 1.3 Состав, функции и возможности использования информационных телекоммуникационных технологий для приема заказов	Содержание:		30	
	Лекции		16	1,2
		Источники и каналы получения гостиницей запросов на бронирование номеров		
		Правила и способы бронирования. Правила аннуляции брони		
		Обзор компьютерных систем бронирования в гостиничном бизнесе Российской Федерации		
		Центральная система бронирования (присоединенная и неприсоединенная)		
		Информационные и телекоммуникационные технологии для обеспечения процесса бронирования		
	Практические занятия № 3		12	2
		Оформление заявок на бронирование от организации по образцу		
		Изучение систем Интернет-бронирования. Составление таблицы «Компьютерные системы бронирования»		
		Составление текстовой таблицы «Способы бронирования», краткая характеристика		
	Самостоятельная работа		2	3
		Подготовка реферата «Компьютерные системы бронирования»		
		Составление схемы технологического цикла бронирования номеров в гостинице		
		Доклад: Сравнительный анализ глобальных электронных систем бронирования		
		Анализ каналов получения заявок на бронирование номеров		
Тема 2.1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;	Содержание		32	
	Лекции		18	1,2
	1	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Основные понятия маркетинга.		
	2	Концепции маркетинга. Цели маркетинговой деятельности.		
	3	Особенности маркетинга в сфере гостиничного хозяйства.		
	4	Структура маркетинговой деятельности.		
	5	Современное состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг.		
	Практические занятия №4		12	2
	1	Преимущества и недостатки основных видов маркетинга.		
	2	Тенденции и перспективы развития гостиничной индустрии	2	3
	Самостоятельная работа при изучении темы			
	1	Психологические процессы, влияющие на технологии продаж.		
	2	Процесс принятия клиентом решения о покупке		
Тема 2.2. Гостиничный продукт: характерные	Содержание		32	
	Лекции		18	1,2
	1	Гостиничный продукт в мировой экономике.		
	2	Концепция маркетинга в индустрии туризма и ее связь со		

особенности, методы формирования;		стратегиями формирования конкурентных преимуществ организации		
	3	Управление брендом организации в составе маркетинговых мероприятий индустрии туризма		
	4	Принципы формирования конкурентоспособного бренда в индустрии туризма		
	Практические занятия №5		12	2
	1	Формирование конкурентоспособного бренда в индустрии туризма.		
	Самостоятельная работа при изучении темы		2	3
Тема 2.3 Методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта, особенности их поведения;	1	Разработка маркетинговых мероприятий.		
	Содержание		34	
	Лекции		20	1,2
	1	Характеристика и модель поведения потребителей гостиничных услуг.		
	2	Процесс и особенности принятия решения о покупке товара-новинки.		
	3	Различные подходы удовлетворения потребностей клиентов.		
	4	Методы изучения предпочтений потребителя.		
	5	Потребности удовлетворяемые гостиничным продуктом.		
	Практические занятия №6		12	2
	1	Проведение исследования предпочтений потребителя.		
	2	Покупательское поведение современного потребителя		
	Самостоятельная работа при изучении темы		2	3
	1	Проведение исследования предпочтений потребителя.		
	2	Общие положения. Диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями.		
	3	Общий алгоритм обработки возражений.		
	5	Покупательское поведение современного потребителя		
Тема 1.4 Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;	Содержание		34	
	Лекции		20	1,2
		Сегментирование рынка гостиничных услуг.		
		Анализ рыночных возможностей.		
		Разработка комплекса маркетинга.		
		Позиционирование товара на рынке.		
		Исследование потребительского спроса на гостиничные услуги.		
		Правила разработки новых продуктов.		
		Стратегии маркетинга.		
		Специальные маркетинговые программы и технологии обслуживания.		
	Практическое занятие №7		12	2
	1	Признаки сегментирования потребительского рынка.		
	2	Организация маркетинговой деятельности		
		Использование специальных вопросов в процессе продаж		
		Разработка маркетинговой программы.		
	Самостоятельная работа при изучении темы		2	3
	1	Анализ стратегий маркетинга в гостиничном бизнесе		
	2	Стимулирование клиента на покупку.		
		Разработка нового продукта, услуги.		
Тема 2.6 Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;	Содержание		36	
	Лекции		20	1,2
	1	Цели, задачи сбытовой политики, виды и средства сбыта.		
	2	Каналы распределения товаров и услуг.		
	3	Структура и управление каналами распределения.		
	4	Виды и типы торговых посредников.		
	6	Франчайзинг в гостиничном бизнесе		
		Таймшер		
	Практическое занятие №8		14	2

	1	Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.		
		Сравнительный анализ видов и типов торговых посредников.		
	Самостоятельная работа при изучении темы		2	3
	1	Управление возражениями клиента.		
	2	Влияние продавца на принятие клиентом решения о покупке		
Тема 2.7 Специфика ценовой политики гостиницы, специфику рекламы услуг гостиницы и гостиничного продукта.	Содержание		36	
	Лекции		20	1,2
	1	Основные понятия, цели, задачи, направления ценовой политики, классификация цен.		
	2	Стратегия, тактика, проблемы и условия ценообразования.		
	4	Факторы ценообразования. Определение особенностей спроса.		
	5	PR - деятельность в гостиничном бизнесе		
	7	Система скидок и надбавок.		
	8	Цели, задачи, функции и требования к рекламе.		
	9	Классификация рекламы. Средства рекламы.		
	Практическое занятие №9		14	2
	1	Анализ ценовой политики предприятия.		
	2	Сравнительный анализ стратегий ценообразования двух гостиничных предприятий.		
	3	Анализ цен и методов конкурентов.		
	4	Организация рекламной кампании и оценка ее эффективности.		
	Самостоятельная работа при изучении темы		2	3
		Доклад на тему: «выставочная деятельность в туристском бизнесе».		
Тема 1.8 Конкурентная среда. Маркетинговые исследования.	Содержание		34	
	Лекции		20	1,2
	1	Основные понятия конкурентной среды.		
	2	Виды конкуренции.		
	3	Взаимосвязь корпоративной культуры и конкурентоспособности организаций индустрии туризма.		
	4	Критерии оценки, их конкурентные преимущества		
	Практическое занятие №10		12	2
	1	Изучение методов сбора маркетинговой информации.		
	2	Проведение маркетинговых исследований.		
	Самостоятельная работа при изучении темы		2	3
	1	Оценка конкурентоспособности отдельно взятого предприятия		
Курсовая работа			24	
Консультации			6	
Промежуточная аттестация			12	
Всего по дисциплине:			356	

2.4. Содержание разделов дисциплины

2.4.1. Занятия лекционного типа

№ разд ела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущ его контро ля
1	2	3	4
<i>5 семестр</i>			
1	Тема 1.1. Организация работы службы бронирования	Подбор, расстановка и функции персонала. Организация рабочего места. Последовательность резервирования. Изучение и заполнение бланков бронирования. Правила ведения телефонных переговоров при бронировании.	
	Тема 1.2. Виды и способы бронирования	Гарантированное, негарантированное, двойное бронирование. Характеристика и применение способов резервирования	
	Тема 1.3 Состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникацион ных технологий для приема заказов	Состав, функции и возможности при использовании информационных и телекоммуникационных технологий для бронирования. Внесение изменений в базу данных. Права ответственного администратора	
	Тема 2.1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;	Каналы распределения и товародвижения. Спрос, формирование спроса и стимулирование сбыта. Торговые посредники и их классификация. Организация оптовой и розничной торговли. Дилеры и дистрибьюторы. Мерчендайзинг. Компоненты организации эффективного сбыта. Методы персональных продаж. Подходы к формированию прямого сбыта на основе клиентского анализа. Особые формы коммерческого взаимодействия франчайзинг, многоуровневый маркетинг	Р, У
2	Тема 2.2. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;	Гостиничный продукт и гостиничная услуга: понятие, отличие от товара. Показатели конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Качество гостиничного продукта: понятие, показатели, методы оценки. Управление качеством гостиничного продукта. Правила предъявления и рассмотрения претензий по качеству. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия; потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом; методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта, особенности их поведения.	Р, У
3	Тема 2.3 Методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта, особенности их поведения;	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение. Информационные методы: пропаганда, консультации. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, PR; возможности, достоинства и недостатки. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности. Сущность планирования сбытовой политики отеля. Каналы сбыта гостиничного продукта. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. «Паблик рилейшенз»: понятия, назначение, виды мероприятий. Глобальные системы дистрибуции. Альтернативные дистрибутивные сети. Организация продаж через глобальные сети. Формирование программ лояльности клиентов. Льготные программы и цепочка	У

№ разд ела	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущ его контро ля
1	2	3	4
		гостиниц.	
4	Тема 2.4 Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;	Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. Характеристика признаков и методов сегментации, основные критерии сегментации. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта; формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Этапы разработки новых гостиничных продуктов.	У
6	Тема 2.6 Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;	На современном этапе рыночных отношений в нашей стране стимулирование сбыта продукции начинает играть важную роль для успешной деятельности любого предприятия. Возросшая конкуренция вынуждает предприятия идти на все большие уступки потребителям и посредникам в сбыте своей продукции с помощью стимулирования. Кроме того, объективным фактором возрастания роли стимулирования является то, что эффективность рекламы снижается из-за растущих издержек и рекламной тесноты в средствах массовой информации. Поэтому все большее число предприятий прибегает к стимулированию сбыта, как к средству, которое может эффективно поддержать рекламную кампанию.	У
7	Тема 2.7 Специфика ценовой политики гостиницы, специфика рекламы услуг гостиницы и гостиничного продукта.	Цена гостиничного места зависит от разряда гостиницы, категории номера, качества услуги, скидок или надбавок за определенные услуги. При предоставлении гостиничных услуг цены должны быть определены одинаковыми для всех потребителей, в том числе для юридических лиц. Изменение цен возможно только в случае, если условия предоставления услуг отличаются от условий, предусмотренных публичным договором. Однако все это не лишает гостиницу возможности применять скидки, установленные ею самостоятельно. Но эти скидки при выполнении условий их предоставления должны предоставляться всем потребителям.	У
8	Тема 2.8 Конкурентная среда. Маркетинговые исследования.	Конкурентная среда окружает все фирмы, существующие в условиях рынка, ведь лишь в единичных ситуациях конкуренты отсутствуют, например, так бывает, когда компания внедряет на рынок некий инновационный товар. Тем не менее в большинстве случаев каждый новый товар – это некая модификация уже имеющегося на рынке, следовательно, можно говорить о том, что он вступает в отношения косвенной конкуренции. Чтобы грамотно спланировать маркетинговую составляющую бизнеса, необходимо провести детальный анализ конкурентной среды.	Р
Примечание: Т – тестирование, Р – написание реферата, У – устный опрос, КР – контрольная работа			

2.4.2. Практические занятия

№	Наименование раздела	Наименование семинарских работ	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	Организация работы службы бронирования	Решение ситуационных задач по взаимодействию службы бронирования с другими службами гостиницы Заполнение листа-бронирования Расчет стоимости проживания и путевки	ПР, У
2	Виды и способы бронирования	Решение ситуационных задач по групповому бронированию. Оформление бланков подтверждение бронирования. Оформление бланков отказа и аннуляции бронирования. Анализ бронирования с использованием телефона, Интернета и туроператора. Анализ бронирования через сайты отелей и системы интернет-бронирования. Анализ особенностей группового бронирования	
3	Состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для приема заказов	Оформление заявок на бронирование от организации по образцу Изучение систем Интернет-бронирования. Составление таблицы «Компьютерные системы бронирования» Составление текстовой таблицы «Способы бронирования», краткая характеристика	У
5	Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;	Преимущества и недостатки основных видов маркетинга. Тенденции и перспективы развития гостиничной индустрии	ПР
6	Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;	Анализ ценовой политики предприятия. Сравнительный анализ стратегий ценообразования двух гостиничных предприятий. Анализ цен и методов конкурентов. Формирование конкурентоспособного бренда в индустрии туризма.	
7	Конкурентная среда. Маркетинговые исследования	Оценка конкурентоспособности предприятия Проведение маркетинговых исследований. Изучение методов сбора маркетинговой информации.	У
8	Управление возражениями клиента.	Составить список наиболее часто встречающихся возражений, определить, какие сопротивления, скорее всего, стоят за ними и придумать несколько способов обработки этих возражений. Вы слышите возражение: «Это слишком дорого». Предложите ваши варианты обработки этого возражения, предварительно выяснив, истинное оно или ложное.	ПР, У
9	Влияние продавца на принятие клиентом решения о покупке.	Разработать анкету для гостей конкретного отеля (гостиницы) (по выбору). Предложить несколько мероприятий, направленных на формирование лояльности потребителя	ПР, У
10	Телефонная коммуникация в гостиничной отрасли.	1. Клиент интересуется, в какой форме производится оплата гостиницы, какими частями и т.д. Фирму устраивают любые варианты. Приведите несколько вариантов, не используя «равнодушных» выражений. 2. Под видом клиента, интересующегося определенной гостиницей, обзвоните 10 гостиниц и проанализируйте профессионализм менеджеров, осуществлявших с вами телефонный контакт. В какие из гостиниц вам захотелось пойти, а в какие нет и почему? Подготовьте письменный ответ.	ПР, У, Р

2.4.3. Содержание самостоятельной работы

1. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации

Темы:

- Характеристика основных гостиничных служб (реферат)
- История развития гостиничного бизнеса в России (доклад)
- Выписать особенности сферы гостиничного бизнеса.

2. Организация службы бронирования:

Темы:

- Заполнение листа-бронирования
- Расчет стоимости проживания и путевки
- Выписать состав служб гостиничного предприятия

3. Виды и способы бронирования

Темы:

- Составить таблицу преимуществ каждого вида бронирования.
- Заполнить направление на заселение и разрешение на заселение.
- Сравнительный анализ глобальных электронных систем бронирования

(доклад)

4. Последовательность и технология резервирования мест в гостинице

Темы:

- Заполнение бланков бронирования для индивидуальных и компаний.
- Проработка конспектов занятий и учебной литературы.
- Составление и оформление различных видов заявок.
- Выполнить задания по теме: «Алгоритм рассмотрения заявок. Виды

заявок и действия по ним».

5. Взаимодействие служб бронирования с потребителями и другими службами гостиницы

Темы:

- Оформление заявок на перевод из одного номера в другой.
- Подготовить сообщение о правилах ведения телефонных переговоров и поведения в конфликтных ситуациях с гостями при бронировании
- Выполнение задания по теме: «Информирование потребителя о бронировании»
- Сообщение по взаимодействию службы бронирования с другими службами гостиницы.

6. Состав, функции и возможности использования

информационных и телекоммуникационных технологий для приема заказов

Темы:

- Анализ каналов получения заявок на бронирование номеров
- Подготовка реферата «Компьютерные системы бронирования»
- Составление схемы технологического цикла бронирования номеров в гостинице
- Доклад: Сравнительный анализ глобальных электронных систем бронирования

7. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;

Темы:

- Психологические процессы, влияющие на технологии продаж.
- Процесс принятия клиентом решения о покупке

8. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;

Темы:

Формирование конкурентоспособного бренда в индустрии туризма

9. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя гостиничного продукта, особенности их поведения.

Проведение исследования предпочтений потребителя.

Общие положения. Диагностика ложных возражений. Общие правила работы с возражениями.

Покупательское поведение современного потребителя.

10. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;

Анализ стратегий маркетинга в гостиничном бизнесе.

Стимулирование клиента на покупку.

11 Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;

Разработка нового продукта, услуги.

Использование специальных вопросов в процессе продаж.

12. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.

Влияние продавца на принятие клиентом решения о покупке.

13. Конкурентная среда. Маркетинговые исследования.

Оценка конкурентоспособности отдельно взятого предприятия

Самостоятельная работа при изучении раздела

Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной технической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).

Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.

Примерная тематика рефератов для внеаудиторной самостоятельной работы:

1. Виды и способы бронирования гостиничных услуг
2. Взаимодействие службы (отдела) бронирования с другими службами гостиничного предприятия
3. Оценка конкурентоспособности предприятия
4. Проведение маркетинговых исследований.
5. Изучение методов сбора маркетинговой информации.
6. Формирование ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок.
7. Система продвижения и каналы распределения гостиничных услуг.

8. Каналы сбыта (реализации) гостиничного продукта.
9. Прямые продажи, агентские продажи. Техника продаж гостиничных продуктов.
10. Планирование продаж.
11. Агентская продажа.
12. Факторы, влияющие на цены гостиничного продукта.
13. Предоставление бонусов.
14. Традиционные и нетрадиционные формы продаж.
15. Схемы рыночных каналов продвижения гостиничного продукта.
16. Характеристика основных форм продажи гостиничного продукта.
17. Выставки, конференции, как средство продвижения гостиничного продукта.
18. Рефрейминг в гостиничном бизнесе. Виды и характеристика.
19. Мотивация продаж гостиничного продукта.
20. Новая услуга. Прогрессивные формы обслуживания.
21. Формирование спроса и стимулирование сбыта.
22. Составление SWOT-анализа гостиничного предприятия
23. Клубный отдых. История и характеристика.
24. Услуги таймшера в гостиничном бизнесе.
25. Способы обмена неделями отдыха по системе таймшер.
26. Таймшер в России на сегодняшний день и перспективы его развития в РФ.
27. Квота мест в гостиничном предприятии. Плюсы и минусы.
28. Факторы, влияющие на определение стоимости мест расселения в бутик-отелях.
29. Функции и обязанности работников отдела продаж.
30. Правила ведения телефонных переговоров при общении с потенциальным клиентом гостиницы.
31. Карта лояльности. Характеристика и возможности.
32. Продажа пакетов. Пакет «Свадебный тур».
33. Продажа пакетов. «Корпоративный клиент».
34. Условия продаж гостиничного продукта VIP- гостю.
35. Категории VIP-гостей и постоянных клиентов.
36. Передача и способы передачи прав таймшера.

2.4.4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся является важнейшей формой учебно-познавательного процесса.

Основная цель самостоятельной работы обучающегося при изучении дисциплины – закрепить теоретические знания, полученные в ход лекционных

занятий, а также сформировать практические навыки подготовки в области информационных технологий.

Самостоятельная работа обучающегося в процессе освоения дисциплины включает:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
- самостоятельное изучение некоторых вопросов (конспектирование);
- работу с электронными учебными ресурсами;
- изучение материалов периодической печати, интернет ресурсов;
- подготовку к практическим занятиям,
- самостоятельное выполнение домашних заданий,
- подготовку реферата (доклада, эссе) по одной из проблем курса.

На самостоятельную работу обучающихся отводится 94 часа учебного времени.

№	Наименование раздела, темы, вида СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1	Организация службы бронирования	Можаева, Н. Г. Гостиничный сервис : учебник / Н.Г. Можаева, Г.В. Рыбачек. — 2-е изд., испр. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 242 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1041498. - ISBN 978-5-16-015561-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1867614 (дата обращения: 24.05.2022). – Режим доступа: по подписке.
2.	Виды и способы бронирования	Можаева, Н. Г. Гостиничный сервис : учебник / Н.Г. Можаева, Г.В. Рыбачек. — 2-е изд., испр. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 242 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1041498. - ISBN 978-5-16-015561-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1867614 (дата обращения: 24.05.2022). – Режим доступа: по подписке.
3	Последовательность и технология резервирования мест в гостинице	Можаева, Н. Г. Гостиничный сервис : учебник / Н.Г. Можаева, Г.В. Рыбачек. — 2-е изд., испр. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 242 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1041498. - ISBN 978-5-16-015561-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1867614 (дата обращения: 24.05.2022). – Режим доступа: по подписке.
4	Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;	1. Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 336 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07185-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL:

		https://urait.ru/bcode/451271 (дата обращения: 24.05.2022). 2. Тимохина, Т. Л. Гостиничный сервис : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 331 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07572-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451272 (дата обращения: 24.05.2022).
5	Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;	1. Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 336 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07185-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451271 (дата обращения: 24.05.2022). 2. Тимохина, Т. Л. Гостиничный сервис : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 331 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07572-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451272 (дата обращения: 24.05.2022).
6	Методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта, особенности их поведения;	1. Косолапов, А.Б., Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. — Москва : КноРус, 2022. — 199 с. — ISBN 978-5-406-09029-9. — URL: https://book.ru/book/942119 (дата обращения: 24.05.2022). — Текст : электронный. 2. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. — Москва : Юнити, 2015. — 1071 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114713 (дата обращения: 21.05.2022). — Текст : электронный 3. Можаяева, Н. Г. Гостиничный сервис : учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. — 2-е изд., испр. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 242 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1041498. - ISBN 978-5-16-015561-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1867614 (дата обращения: 24.05.2022). — Режим доступа: по подписке. 4. Технология и организация гостиничных услуг : учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/6085. - ISBN

		978-5-16-010163-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1867626 (дата обращения: 24.11.2022). – Режим доступа: по подписке.
	Конкурентная среда. Маркетинговые исследования.	1. Косолапов, А.Б., Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. — Москва : КноРус, 2022. — 199 с. — ISBN 978-5-406-09029-9. — URL:https://book.ru/book/942119 (дата обращения: 24.05.2022). — Текст : электронный. 2. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. – Москва : Юнити, 2015. – 1071 с.. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114713 (дата обращения: 21.05.2022). – Текст : электронный 3. Можаяева, Н. Г. Гостиничный сервис : учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. — 2-е изд., испр. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 242 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1041498. - ISBN 978-5-16-015561-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1867614 (дата обращения: 24.05.2022). – Режим доступа: по подписке. 4. Технология и организация гостиничных услуг : учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/6085. - ISBN 978-5-16-010163-7. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1867626 (дата обращения: 24.11.2022). – Режим доступа: по подписке.

Кроме перечисленных источников по темам самостоятельной работы, студент может воспользоваться Электронно-библиотечными системами (ЭБС), профессиональными базами данных, электронными базами периодических изданий, другими информационными ресурсами, указанными в разделе 5.4 «Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины», включающий ресурсы, доступ к которым обеспечен по договорам с правообладателями, и образовательные, научные, справочные ресурсы открытого доступа, имеющие статус официальных (федеральные, отраслевые, учреждений, организаций и т.п.), а также поисковыми системами сети Интернет для поиска и работы с необходимой информацией.

Для освоения данной дисциплины и выполнения предусмотренных учебной программой курса заданий по самостоятельной работе обучающийся может использовать следующее учебно-методическое обеспечение:

-методические рекомендации преподавателя к лекционному материалу;

- методические рекомендации преподавателя к практическим
- методические рекомендации преподавателя к выполнению самостоятельных домашних заданий.

Началом организации любой самостоятельной работы должно быть привитие навыков и умений грамотной работы с учебной и научной литературой. Этот процесс, в первую очередь, связан с нахождением необходимой для успешного овладения учебным материалом литературой. Обучающийся должен уметь пользоваться фондами библиотек и справочно-библиографическими изданиями.

Обучающиеся для полноценного освоения учебного курса должны составлять конспекты как при прослушивании его теоретической (лекционной) части, так и при подготовке к практическим (лабораторным) занятиям. Желательно, чтобы конспекты лекций записывались в логической последовательности изучения курса и содержались в одной тетради.

3. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для реализации компетентностного подхода предусматривается использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения аудиторных и внеаудиторных занятий с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

В учебном процессе наряду с традиционными образовательными технологиями используются тематические презентации.

3.1. Образовательные технологии при проведении лекций

№	Тема	Виды применяемых образовательных технологий	Кол-во час
1	2	3	4
1	Организация работы службы бронирования	дифференцированное обучение, проблемно-модульное обучение, лекция-дискуссия*	12
2	Виды и способы бронирования	презентация,	12
3	Состав, функции и возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для приема заказов	деятельностное обучение, аудиотехнология	16
4	Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;	дифференцированное обучение, лекция - дискуссия	18
5	Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;	игровое обучение, дифференцированное обучение	20
6	Методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта, особенности их поведения;	Проблемно-модульное обучение, лекция - дискуссия	20
7	Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;	дифференцированное обучение, деятельностное обучение,	20
8	Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;	активное обучение, концентрированное обучение	20
9	Специфика ценовой политики гостиницы, специфику рекламы услуг гостиницы и гостиничного продукта.	проблемно-модульное обучение, лекция-дискуссия*	20
10	Конкурентная среда. Маркетинговые исследования.	активное обучение, концентрированное обучение	20
Итого по курсу			176

3.2 Образовательные технологии при проведении практических занятий

№	Тема	Виды применяемых образовательных технологий	Кол-во час
1	2	3	4
1	Практическое занятие №1	дифференцированное обучение, , лекция-дискуссия*	10
2	Практическое занятие №2	Презентация «Формирование конкурентоспособного бренда в индустрии туризма»	10
3	Практическое занятие №3	деятельностное обучение, Аудиовизуальная технология	12
4	Практическое занятие №4	дифференцированное обучение, лекция - дискуссия	12
5	Практическое занятие №5	игровое обучение «Разработка маркетинговой программы»	12
6	Практическое занятие №6	Проблемно-модульное обучение, лекция - дискуссия	12
7	Практическое занятие №7	деятельностное обучение,	12
8	Практическое занятие №8	активное обучение, проблемно-модульное обучение	14
	Практическое занятие №9	активное обучение, деятельностное обучение,	14
	Практическое занятие №10	Проблемно-модульное обучение, лекция - дискуссия	12
Итого по курсу			120
В том числе интерактивных			40

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база обеспечивает проведение всех видов лекционных и практических занятий по темам, указанным в рабочей программе дисциплины.

В соответствии с ФГОС реализация учебной дисциплины осуществляется, как правило, в специально оборудованном кабинете Кабинет организации деятельности службы бронирования.

Оборудование учебного кабинета Кабинет организации деятельности службы бронирования: Мультимедийный проектор – 1 шт., экран – 1 шт., компьютер – 1 шт., учебная мебель, учебная стойка ресепшен – 1 шт., учебно-методические материалы по дисциплине, электронные образовательные ресурсы по дисциплине, наглядные пособия по дисциплине, образцы бланков документов, облучатель рециркулятор Армед СН 211-115M1-1 шт.

Наглядные пособия:

Комплект плакатов: Организационная структура гостиничного предприятия.
Технологический процесс обслуживания в гостинице
Основные гостиничные службы
Образец бланка подтверждения бронирования
Индустрия гостеприимства

Перечень необходимого программного обеспечения:

1. 7-zip архиватор; (лицензия на англ. <http://www.7-zip.org/license.txt>)
2. Adobe Acrobat Reader просмотрщик файлов ; (лицензия - <https://get.adobe.com/reader/?loc=ru&promoid=KLXME>)
3. Adobe Flash Player –графический редактор; (лицензия - <https://get.adobe.com/reader/?loc=ru&promoid=KLXME>)
4. Apache OpenOffice – офисный пакет; (лицензия - <http://www.openoffice.org/license.html>)
5. FreeCommander - проводник; (лицензия - <https://freecommander.com/ru/%d0%bb%d0%b8%d1%86%d0%b5%d0%bd%d0%b7%d0%b8%d1%8f/>)
6. Google Chrome — браузер; (лицензия - https://www.google.ru/chrome/browser/privacy/eula_text.html)
7. LibreOffice – офисный пакет (в свободном доступе);
8. Mozilla Firefox - браузер.(лицензия - <https://www.mozilla.org/en-US/MPL/2.0/>)
9. 1С: отель – программа (лицензия - <http://1chotel.ru/>)

5. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

5.1 Основная литература

1. Косолапов, А.Б., Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. — Москва : КноРус, 2021. — 199 с. — ISBN 978-5-406-09029-9. — URL: <https://book.ru/book/942119>. — Текст : электронный.
2. Котлер, Ф. Маркетинг: гостеприимство, туризм / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. — Москва : Юнити, 2015. — 1071 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=114713 (дата обращения: 21.05.2022). — Текст : электронный
3. Можаяева, Н. Г. Гостиничный сервис : учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбачек. — 2-е изд., испр. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 242 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1041498. - ISBN 978-5-16-015561-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1867614> – Режим доступа: по подписке.
4. Технология и организация гостиничных услуг : учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/6085. - ISBN 978-5-16-010163-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1867626> – Режим доступа: по подписке.
5. Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 336 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07185-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451271> (дата обращения: 24.05.2022).
6. Тимохина, Т. Л. Гостиничный сервис : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 331 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07572-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451272> (дата обращения: 24.05.2022).

1.2 Дополнительная литература

1. Бураковская, Н. В. Обслуживание в гостиничном комплексе особых категорий клиентов : учебное пособие для вузов / Н. В. Бураковская, О. В. Лукина, Ю. Р. Солодовникова. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2020. - 98 с. - URL: <https://urait.ru/viewer/obslyzhivanie-v-gostinichnom-komplekse-osobyh-kategoriy-klientov-457038#page/1> (дата обращения: 05.06.2021); Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.
2. Гостиничное дело : словарь / Н.С. Морозова, М.А. Морозов, Т.И. Зворыкина [и др.] ; под ред. д-ра экон. наук, проф. Н.С. Морозовой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 247

- с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=346885> (дата обращения: 20.10.2021). – Режим доступа: по подписке.
3. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/standartizaciya-sertifikaciya-klassifikaciya-v-turistskoy-i-gostinichnoy-industrii-452692#page/1> (дата обращения: 21.10.2021).
 4. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления : учебное пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, Ю. М. Белозерова, Е. Н. Кнышова. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. — 400 с. — (Среднее профессиональное образование). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=362848> (дата обращения: 21.10.2021). – Режим доступа: по подписке
 5. Николенко, П. Г. Проектирование гостиничной деятельности : учебник и практикум для СПО / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 413 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/proektirovanie-gostinichnoy-deyatelnosti-448858#page/1> (дата обращения: 21.10.2021).
 6. Ушаков, Р. Н. Организация гостиничного дела: обеспечение безопасности : учебное пособие / Р.Н. Ушаков, Н.Л. Авилова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 136 с. — (Среднее профессиональное образование). - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/read?id=361058> (дата обращения: 20.10.2021). – Режим доступа: по подписке.
 7. Черникова, Л.И. Организация гостиничного дела : учебное пособие / Черникова Л.И. — Москва : КноРус, 2019. — 192 с. — (для бакалавров).— URL: <https://www.book.ru/book/930205> (дата обращения: 21.10.2021). — Текст : электронный
 8. Чуваткин, П. П. Управление персоналом гостиничных предприятий : учебник для СПО / П. П. Чуваткин, С. А. Горбатов ; под редакцией П. П. Чуваткина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 280 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/viewer/upravlenie-personalom-gostinichnyh-predpriyatiy-449567#page/1> (дата обращения: 21.10.2020).
 9. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2020. - 197 с. - URL: <https://urait.ru/viewer/marketing-i-prodazhi-v-gostinichnom-biznese-453850#page/1> (дата обращения: 29.06.2021); Режим доступа: для авториз. пользователей. - Текст : электронный.

1.3 Периодические издания

1. Гостиничное дело
2. Мотивация и оплата труда. - URL: <https://grebennikon.ru/journal-24.html#volume2020-3>
3. Российское предпринимательство - <https://dlib.eastview.com/browse/publication/65688>
4. Управление корпоративной культурой. - URL: <https://grebennikon.ru/journal-27.html#volume2020-1>
5. Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. - URL: <https://znanium.com/catalog/magazines/issues?ref=6a969b84-1df0-11e4-b05e-00237dd2fde2>

6. Управление персоналом. - URL: <https://dlib.eastview.com/browse/publication/18806>
7. Управление развитием персонала. – URL: <https://grebennikon.ru/journal-25.html#volume2020-3>
8. Управление человеческим потенциалом. - URL: <https://grebennikon.ru/journal-26.html#volume2020-1>

1.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ЭБС «Университетская библиотека ONLINE»: сайт. – URL: <http://biblioclub.ru>
2. ЭБС Издательства «Лань»: сайт. – URL: <http://e.lanbook.com>
3. ЭБС «Юрайт»: сайт. – URL: <https://urait.ru/>
4. ЭБС «BOOK.ru»: сайт. – URL: <https://www.book.ru>
5. ЭБС «ZNANIUM.COM»: сайт. – URL: <https://www.znanium.com>
6. Базы данных компании «Ист Вью»: сайт. – URL: <http://dlib.eastview.com>
7. Научная электронная библиотека «eLibrary.ru»: сайт. – URL: <http://elibrary.ru/>
8. Электронная библиотека "Издательского дома "Гребенников". - URL: <http://www.grebennikon.ru/>
9. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия). - URL: <http://uisrussia.msu.ru/>
10. "Лекториум ТВ" - видеолекции ведущих лекторов России. - URL: <http://www.lektorium.tv/>
11. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций КубГУ. - URL: <http://docspace.kubsu.ru/>
12. Российская Гостиничная Ассоциация : сайт. - URL: <https://rha.ru/>
13. Справочная правовая система «Консультант Плюс» - URL: <http://www.consultant.ru/>
14. Федерация Рестораторов и Отельеров России: сайт. - URL: <https://frio.ru/>
15. Информационно-правовой портал «Гарант.Ру». - URL: <http://www.garant.ru/>
16. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». - URL: <http://ecsocman.hse.ru/>

Нормативно-правовые акты

1. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. N 2300-I "О защите прав потребителей". – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
2. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 08.06.2020) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". - <https://demo.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=doc&ts=124548171308143322110062083&caheid=873FD9C7559BB27DC76331232337E96A&mode=splus&base=RZR&n=354547&rnd=41EA6B612B48022A3CED94A8386A7E0A#ak4rjcblog>
3. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р <Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. - <https://demo.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=doc&ts=124548171308143322110062083&caheid=197579FAC8EADDEA02CDE606959702EF&mode=splus&base=RZR&n=333756&rnd=41EA6B612B48022A3CED94A8386A7E0A#687wzw1lxuo>
4. ГОСТ Р 51185-2014 Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования. - <http://docs.cntd.ru/document/1200114767>
5. Приказ Минфина РФ от 09.07.2007 N 60н "Об утверждении формы бланка строгой отчетности" (Зарегистрировано в Минюсте РФ 17.07.2007 N 9857). - <https://demo.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=doc&ts=124548171308143322110062083&ca>

- [cheid=67E6474708B7097F1FD2E03DE289246F&mode=splus&base=RZR&n=53065&rnd=41EA6B612B48022A3CED94A8386A7E0A#1u9jewzrbfj](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/)
6. "Трудовой кодекс Российской Федерации" от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 31.07.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 13.08.2020). - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/
 7. ГОСТ Р 54603-2011 Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу. - <http://docs.cntd.ru/document/1200095096>
 8. ГОСТ Р 56780-2015 Услуги средств размещения. Бизнес-услуги. Общие требования. - <http://docs.cntd.ru/document/1200127461>
 9. ГОСТ Р 55322-2012 Услуги населению. Общие требования к малым средствам размещения для постоянного проживания. - <http://docs.cntd.ru/document/1200103129>
 10. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/
 11. Гражданский кодекс Российской Федерации часть 2 (ГК РФ ч.2). - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/
 12. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ. Ч. 1). - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
 13. "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 31.07.2020, с изм. от 15.10.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 11.08.2020). = http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/
 14. "Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации" от 14.11.2002 N 138-ФЗ (ред. от 31.07.2020). - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39570/
 15. Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ (последняя редакция). - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/
 16. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 (ред. от 18.07.2019) "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации". - URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_187292/

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ «ОРГАНИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РАБОТНИКОВ СЛУЖБЫ БРОНИРОВАНИЯ И ПРОДАЖ»

Учащиеся для полноценного освоения учебного курса должны составлять конспекты как при прослушивании его теоретической (лекционной) части, так и при подготовке к практическим (семинарским) занятиям. Желательно, чтобы конспекты лекций и семинаров записывались в логической последовательности изучения курса и содержались в одной тетради. Это обеспечит более полную подготовку как к текущим учебным занятиям, так и сессионному контролю знаний.

Самостоятельная работа учащихся является важнейшей формой учебно-познавательного процесса. Цель заданий для самостоятельной работы – закрепить и расширить знания, умения, навыки, приобретенные в результате изучения дисциплины; овладеть умением использовать полученные знания в практической работе; получить первичные навыки профессиональной деятельности.

Началом организации любой самостоятельной работы должно быть привитие навыков и умений грамотной работы с учебной и научной литературой. Этот процесс, в первую очередь, связан с нахождением необходимой для успешного овладения учебным материалом литературой. Учащийся должен изучить список нормативно-правовых актов и экономической литературы, рекомендуемый по учебной дисциплине; уметь пользоваться фондами библиотек и справочно-библиографическими изданиями.

Задания для самостоятельной работы выполняются в письменном виде во внеаудиторное время. Работа должна носить творческий характер, при ее оценке преподаватель в первую очередь оценивает обоснованность и оригинальность выводов. В письменной работе по теме задания учащийся должен полно и всесторонне рассмотреть все аспекты темы, четко сформулировать и аргументировать свою позицию по исследуемым вопросам. Выбор конкретного задания для самостоятельной работы проводит преподаватель, ведущий практические занятия в соответствии с перечнем, указанным в планах практических занятий.

Обучение студентов осуществляется по традиционной технологии (лекции, практики) с включением инновационных элементов.

С точки зрения используемых методов лекции подразделяются следующим образом: информационно-объяснительная лекция, повествовательная, лекция-беседа, проблемная лекция и т. д.

Устное изложение учебного материала на лекции должно конспектироваться. Слушать лекцию нужно уметь – поддерживать своё внимание, понять и запомнить услышанное, уловить паузы. В процессе изложения преподавателем лекции студент должен выяснить все непонятные вопросы. Записывать содержание лекции нужно обязательно – записи помогают поддерживать внимание, способствуют пониманию и запоминанию услышанного, приводит знание в систему, служат опорой для перехода к более глубокому самостоятельному изучению предмета.

Методические рекомендации по конспектированию лекций:

- запись должна быть системной, представлять собой сокращённый вариант лекции преподавателя. Необходимо слушать, обдумывать и записывать одновременно;

- запись ведётся очень быстро, чётко, по возможности короткими выражениями;

- не прекращая слушать преподавателя, нужно записывать то, что необходимо усвоить. Нельзя записывать сразу же высказанную мысль преподавателя, следует её понять и после этого кратко записать своими словами или словами преподавателя. Важно, чтобы в ней не был потерян основной смысл сказанного;

- имена, даты, названия, выводы, определения записываются точно;

- следует обратить внимание на оформление записи лекции. Для каждого предмета заводится общая тетрадь. Отличным от остального цвета следует выделять отдельные мысли и заголовки, сокращать отдельные слова и предложения, использовать условные знаки, буквы латинского и греческого алфавитов, а также некоторые приёмы стенографического сокращения слов.

Практические занятия по дисциплине «Организация продаж гостиничного продукта» проводятся в основном по схеме:

- устный опрос по теории в начале занятия (обсуждение теоретических проблемных вопросов по теме);

- работа в группах по разрешению различных ситуаций по теме занятия;

- решение практических задач индивидуально;

- подведение итогов занятия (или рефлексия);

- индивидуальные задания для подготовки к следующим практическим занятиям.

Цель практического занятия - научить студентов применять теоретические знания при решении практических задач на основе реальных данных.

На практических занятиях преобладают следующие методы:

- вербальные (преобладающим методом должно быть объяснение);

- практические (письменные задания, групповые задания и т. п.).

Важным для студента является умение рационально подбирать необходимую учебную литературу. Основными литературными источниками являются:

- библиотечные фонды филиала КубГУ в г. Геленджике;

- электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»;

- электронная библиотечная система Издательства «Лань».

Поиск книг в библиотеке необходимо начинать с изучения предметного каталога и создания списка книг, пособий, методических материалов по теме изучения.

Просмотр книги начинается с титульного листа, следующего после обложки. На нём обычно помещаются все основные данные, характеризующие книгу: название, автор, выходные данные, данные о переиздании и т.д. На обороте титульного листа даётся аннотация, в которой указывается тематика вопросов, освещённых в книге, определяется круг читателей, на который она рассчитана.

Большое значение имеет предисловие книги, которое знакомит читателя с личностью автора, историей создания книги, раскрывает содержание.

Прочитав предисловие и получив общее представление о книге, следует обратиться к оглавлению. Оглавление книги знакомит обучаемого с содержанием и логической структурой книги, позволяет выбрать нужный материал для изучения. Год издания книги позволяет судить о новизне материала. В книге могут быть примечания, которые содержат различные дополнительные сведения. Они печатаются вне основного текста и разъясняют отдельные вопросы. Предметные и алфавитные указатели значительно облегчают повторение изложенного в книге материала. В конце книги может располагаться вспомогательный материал. К нему обычно относятся инструкции, приложения, схемы, ситуационные задачи, вопросы для самоконтроля и т.д.

Для лучшего представления и запоминания материала целесообразно вести записи и конспекты различного содержания, а именно:

- пометки, замечания, выделение главного;
- план, тезисы, выписки, цитаты;
- конспект, рабочая запись, реферат, доклад, лекция и т.д.

Читать учебник необходимо вдумчиво, внимательно, не пропуская текста, стараясь понять каждую фразу, одновременно разбирая примеры, схемы, таблицы, рисунки, приведённые в учебнике.

Одним из важнейших средств, способствующих закреплению знаний, является краткая запись прочитанного материала – составление конспекта. Конспект – это краткое связное изложение содержания темы, учебника или его части, без подробностей и второстепенных деталей. По своей структуре и последовательности конспект должен соответствовать плану учебника. Поэтому важно сначала составить план, а потом писать конспект в виде ответа на вопросы плана. Если учебник разделён на небольшие озаглавленные части, то заголовки можно рассматривать как пункты плана, а из текста каждой части следует записать те мысли, которые раскрывают смысл заголовка.

Требования к конспекту:

- краткость, сжатость, целесообразность каждого записываемого слова;
- содержательность записи- записываемые мысли следует формулировать кратко, но без ущерба для смысла. Объём конспекта, как правило, меньше изучаемого текста в 7-15 раз;
- конспект может быть, как простым, так и сложным по структуре – это зависит от содержания книги и цели её изучения.

Методические рекомендации по конспектированию:

- прежде чем начать составлять конспект, нужно ознакомиться с книгой, прочитать её сначала до конца, понять прочитанное;
- на обложке тетради записываются название конспектируемой книги и имя автора, составляется план конспектируемого текста;
- записи лучше делать при прочтении не одного-двух абзацев, а целого параграфа или главы;

– конспектирование ведётся не с целью иметь определённый записи, а для более полного овладения содержанием изучаемого текста, поэтому в записях отмечается и выделяется всё то новое, интересное и нужное, что особенно привлекло внимание;

– после того, как сделана запись содержания параграфа, главы, следует перечитать её, затем снова обращаться к тексту и проверить себя, правильно ли изложено содержание.

Техника конспектирования:

– конспектируя книгу большого объёма, запись следует вести в общей тетради;

– на каждой странице слева оставляют поля шириной 25-30 мм для записи коротких подзаголовков, кратких замечаний, вопросов;

– каждая страница тетради нумеруется;

– для повышения читаемости записи оставляют интервалы между строками, абзацами, новую мысль начинают с «красной» строки;

– при конспектировании широко используют различные сокращения и условные знаки, но не в ущерб смыслу записанного. Рекомендуется применять общеупотребительные сокращения, например: м.б. – может быть; гос. – государственный; д.б. – должно быть и т.д.

– не следует сокращать имена и названия, кроме очень часто повторяющихся;

– в конспекте не должно быть механического переписывания текста без продумывания его содержания и смыслового анализа.

Для написания реферата необходимо выбрать тему, согласовать ее с преподавателем, подобрать несколько источников по теме, выполнить анализ источников по решению проблемы, обосновать свою точку зрения на решение проблемы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
	Виды, способы бронирования мест в гостинице		Устный вопрос
	Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ПК 4.1	Защита реферата, устный опрос
	Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ПК 4.1, ПК4.2	тестирование, устный опрос
	Методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребители гостиничного продукта,	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ПК 4.1, ПК 4.4	тестирование
	Специфика ценовой политики гостиницы, специфику рекламы услуг гостиницы и гостиничного продукта.	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ПК 4.1, ПК 4.4	тестирование, устный опрос
	Основные формы продаж гостиничных услуг	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ПК 4.1, ПК 4.2	, тестирование
	Конкурентная среда. Маркетинговые исследования.	ОК 1, ОК2, ОК3, ОК4, ОК5, ОК6, ОК7, ОК8, ОК9, ПК 4.1, ПК 4.3, ПК 4.4	, Тестирование, реферат

7.2. Критерии оценки знаний

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных самостоятельных заданий.

Реферат. Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Реферат оценивается по количеству привлеченных источников, глубине анализа проблемы, качеству обоснования авторской позиции, глубине раскрытия темы.

Тест. Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Тест оценивается по количеству правильных ответов (не менее 50%).

Устный опрос. Метод контроля, позволяющий не только опрашивать и контролировать знания обучающихся, но и сразу же поправлять, повторять и закреплять знания, умения и навыки.

Критерии оценки знаний обучающихся в целом по дисциплине:

«**отлично**» - выставляется обучающемуся, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания учебной программы дисциплины и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений;

«**хорошо**» - выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности;

«**удовлетворительно**» - выставляется обучающемуся, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными разделами учебной программы, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации;

«**неудовлетворительно**» - выставляется обучающемуся, который не знает большей части основного содержания учебной программы дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий дисциплины и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

7.3. Оценочные средств для проведения текущей аттестации

Организация контроля и оценивания

Текущий контроль проводится в форме:

Перечень точек рубежного контроля:

Аттестация № 1

1.Что понимается под бронированием, каковы источники получения заявок на бронирование

2.Назовите каналы получения заявок на бронирование. Раскройте сущность технологии обработки заявок различного типа: - бронирование по телефону - бронирование письмом – заявкой

3.Раскройте сущность технологии подтверждения бронирования

4.В заключается отличие при бронировании индивидуальных гостей или групп туристов

5.Каковы преимущества и недостатки систем ручного и автоматизированного бронирования(приведите примеры)

Аттестация № 2

1.Что такое присоединенная система бронирования, раскройте сущность

2. Что такое неприсоединенная система бронирования, раскройте сущность

3.Раскройте алгоритм работы при интернет-бронировании

4.Дайте характеристику видам бронирования

5 Раскройте технологию подтверждения бронирования

6 Что такое коэффициент загрузки в гостиничной индустрии, какое значение имеет этот показатель для предприятия

№	Вид бронирования	Характеристика
	Гарантированное	
	Бронирование по предварительной оплате	
	Бронирование по выставлению счета	
	Бронирование под гарантию кредитной карты	
	Бронирование под гарантию компании или корпорации	
	Бронирование ваучером	
	Негарантированное бронирование	
	Сверхбронирование	

Форма аттестации	Знания	Умения	Практический опыт (владение)	Личные качества обучающегося	Примеры оценочных средств
Устный (письменный) опрос по темам	Контроль знаний по определенным проблемам	Оценка умения различать конкретные понятия	Оценка навыков работы с литературными источниками	Оценка способности оперативно и качественно отвечать на поставленные вопросы	Контрольные вопросы по темам прилагаются
Рефераты	Контроль знаний по определенным проблемам	Оценка умения различать конкретные понятия	Оценка навыков работы с литературными источниками	Оценка способности к самостоятельной работе и анализу литературных источников	Темы рефератов прилагаются
Тестирование	Контроль знаний по темам	Оценка умения различать конкретные понятия	Оценка навыков логического анализа и синтеза при сопоставлении конкретных понятий	Оценка способности оперативно и качественно отвечать на поставленные вопросы	Вопросы прилагаются

Примерные вопросы для устного опроса:

1. Дайте характеристику бронированию
2. Назовите способы резервирования мест в гостинице
3. Виды бронирования и их характеристика
4. Информирование потребителя о бронировании
5. Оформление писем-ответов
6. Взаимодействие службы бронирования и отделом продаж в гостиничном предприятии
7. Взаимодействие службы бронирования с другими службами отеля
8. Преимущества и недостатки основных видов маркетинга.
9. Анализ окружающей среды.

10. Тенденции и перспективы развития гостиничной индустрии
11. Формирование конкурентоспособного бренда в индустрии туризма.
12. Разработка маркетинговых мероприятий.
13. Проведение исследования предпочтений потребителя.
14. Признаки сегментирования потребительского рынка.
15. Анализ стратегий маркетинга.
16. Организация маркетинговой деятельности.
17. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.
18. Сравнительный анализ видов и типов торговых посредников.
19. Анализ ценовой политики предприятия.
20. Анализ цен и методов конкурентов.
21. Организация рекламной кампании и оценка ее эффективности.
22. Оценка конкурентоспособности предприятия
23. Проведение маркетинговых исследований.
24. Изучение методов сбора маркетинговой информации.
25. Организация стратегического управления.
26. Разработка комплекса стимулирования.

7.4. Оценочные средств для проведения промежуточной аттестации

Форма промежуточной аттестации, другие формы контроля (в соответствии с учебным планом)	Организация контроля и оценивания
Экзамен	- накопительная система оценивания по результатам выполнения заданий по темам МДК - контроль выполнения работ путем наблюдения деятельности обучающегося на учебной и/или производственной практике и анализа документов, подтверждающих выполнение им соответствующих работ. -индивидуальный устный опрос -письменный контроль -защита реферата -защита выполненного задания

Форма аттестации	Знания	Умения	Практический опыт (владеть)	Личные качества студента	Примеры оценочных средств
Экзамен	Контроль знания базовых положений в области информатики	Оценка умения понимать специальную терминологию	Оценка навыков логического сопоставления и характеристики объектов	Оценка способности грамотно и четко излагать материал	Вопросы: прилагаются
		Оценка умения решать типовые задачи в области профессиональной деятельности	Оценка навыков логического мышления при решении задач в области профессиональной деятельности	Оценка способности грамотно и четко излагать ход решения задач в области профессиональной деятельности и аргументировать результаты	Задачи прилагаются

7.4.1. Примерные вопросы для проведения промежуточной аттестации (экзамен)

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Охарактеризуйте способы резервирования мест в гостиницах. Дайте их подробную характеристику.
2. Технология приема телефонного звонка и соединение с нужным номером.
3. Охарактеризуйте способы гарантирования бронирования. В чем их особенности? Приведите пример письма представителя компании, если используется бронирование, гарантированное компанией.

4. Деятельность гостиницы при бронировании. Какие решения принимают гостиницы, пытаясь снизить ущерб от неявки гостей.
5. Технологический цикл обслуживания гостей. Охарактеризуйте взаимодействие служб в процессе гостевого цикла.
6. Бронирование: определение, виды, способы бронирования мест в гостинице. Какую информацию (основная и дополнительная) должна содержать заявка.
7. Охарактеризуйте взаимодействие гостиниц с туристическими фирмами и виды соглашений (договора).
8. Каков порядок аннуляции бронирования. Раскройте суть этого вопроса.
9. Охарактеризуйте прием информации по телефону и передачу её клиенту. Какие ошибки, возникают из-за плохой подготовленности к разговору.
10. Расскажите об основных требованиях, предъявляемых к персоналу службы бронирования.
11. Охарактеризуйте виды организационных структур управления в гостиничном бизнесе. Как Вы представляете организационную структуру частной гостиницы.
12. Проанализируйте бронирование с использованием Интернета и туроператора.
13. Какие достоинства и недостатки имеет бронирование туристических услуг по сети Интернет?
14. Охарактеризуйте услуги, предоставляемые корпоративному клиенту отелем.
15. Что нужно контролировать во время проживания группы?
16. Охарактеризуйте способы работы с возражениями при бронировании номера.
17. Какие ошибки делает оператор службы бронирования при бронировании номера?
18. Охарактеризуйте прямое и непрямое бронирование номеров.
19. Координация работы по созданию в холле приемов благоприятного микроклимата (комфортное освещение, вентиляция, температурный режим, музыка, пр.).
20. Информирование проживающих в гостинице о предоставляемых дополнительных платных услугах, принятие заказов на их выполнение и контроль их исполнения.
21. Устное консультирование, касающееся гостиницы, расположения городских достопримечательностей, зрелищных, спортивных сооружений и т.д.
22. Личные продажи как средство продвижения гостиничного продукта.
23. Франчайзинг в гостиничном бизнесе.
24. Реклама как средство продвижения гостиничного продукта.
25. Связи с общественностью в продвижении гостиничного продукта.
26. Понятие технологии продвижения торговой марки в гостиничном бизнесе.
27. Продвижение гостиничного продукта.
28. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.

29. Прямые продажи, агентские продажи. Техника продаж гостиничных продуктов.
30. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия, особенности ценообразования в гостиничном бизнесе.
31. Особенности продажи номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.
32. Участие потребителя в предложении гостиничного продукта.
33. Перспективы франчайзинговых предприятий в гостиничном бизнесе.
34. Факторы, влияющие на цены гостиничного продукта.
35. Способы и виды реализации гостиничного продукта.
36. Стимулирование сбыта: понятие и сущность.
37. Стимулирование сбыта: понятие, виды. Выбор средств и методов сбыта.
38. Изучение методики расчета базисной цены гостиничного продукта.
39. Каналы сбыта (реализации) гостиничного продукта.
40. Планирование продаж.
41. Факторы, влияющие на цены гостиничного продукта.
42. Предоставление бонусов.
43. Выставки, конференции, как средство продвижения гостиничного продукта.
44. Рефрейминг в гостиничном бизнесе. Виды и характеристика.
45. Мотивация продаж гостиничного продукта.
46. Составление SWOT-анализа гостиничного предприятия
47. Клубный отдых. История и характеристика.
48. Услуги таймшера в гостиничном бизнесе.
49. Способы обмена неделями отдыха по системе таймшер.
50. Таймшер в России на сегодняшний день и перспективы его развития в РФ.
51. Квота мест в гостиничном предприятии. Плюсы и минусы.
52. Правила ведения телефонных переговоров при общении с потенциальным клиентом гостиницы. (скрипты)
53. Карта лояльности. Характеристика и возможности.
54. Продажа пакетов. Пакет «Свадебный тур».
55. Продажа пакетов. «Корпоративный клиент».
56. Условия продаж гостиничного продукта VIP- гостю.
57. Категории VIP-гостей и постоянных клиентов.
58. Передача и способы передачи прав таймшера.

8. ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложение 1

Комплект тестовых заданий по бронированию номеров (мест) в гостинице

- 1. Заказ бронирования проживания в отеле можно произвести путем:**
 - А. Составления договора;
 - Б. По телефону;
 - В. Лично;
 - Г. Любым перечисленным способом.
- 2. Бронирование – это**
 - А. Преждевременное заселение гостя в отель
 - Б. Заблаговременное резервирование мест в гостинице.
 - В. Заселение гостей в гостиницу по приезду.
 - Г. Не заезд гостя в отель в зарезервированный срок
- 1. Согласно «Правилам предоставления гостиничных услуг в РФ», расчетный час в гостинице – это:**
 - А. 0 часов по московскому времени;
 - Б. 12 часов по московскому времени;
 - В. 12 часов по местному времени.
 - Г. В любое время
- 4. Какие бывают виды бронирования**
 - А. Гарантированное
 - Б. Негарантированное
 - В. Сверхбронирование
 - Г. Все
- 5. Какие источники получения заявок на бронирование применяются**
 - А. По телефону
 - Б. Лично
 - В. По интернету
 - Г. Все
- 6. Какая операция нарушает признак, по которому подобраны все остальные:**
 - А. Банковский перевод
 - Б. Оплата по кредитной карте
 - В. Оплата иностранной валютой
 - Г. Внесение депозита.
 - Д. Гарантирование компанией
- 7. Восстановите правильный порядок обслуживания гостей:**
 - А. Прием и размещение
 - Б. Бронирование.
 - В. Регистрация по прибытии
 - Г. Выписка гостя

8. Укажите срок подтверждения предоплаты:

- А. 3 дня
- Б. От нескольких недель до одного дня
- В. От месяца до одного дня
- Г. Неделя

9. Какие показатели объединяет бронирование:

- А. Тип комнаты, дата приезда и отъезда, количество человек (взрослые/дети)
- Б. Срок проживания, тип комнаты, цена, количество человек
- В. Название фирмы, тип комнаты, цена, дата и время приезда, количество

человек

10. Документ, подтверждающий оплату срока проживания и некоторых дополнительных услуг, потребляемых в гостинице:

- А. Акция
- Б. Кредитная карта
- В. Облигация
- Г. Ваучер
- Д. Депозит

11. Специальное уведомление гостю, о том, что гостю будет предоставлено размещение в гостинице

- А. Заявка.
- Б. Электронное письмо
- В. Письмо с номером подтверждения заявки.
- Г. Дорожный чек
- Д. Ваучер

Приложение 2. Краткий конспект лекционных занятий

Раздел 1

Организация и технология обслуживания гостей службой бронирования

Служба бронирования (резервирования) выполняет функции непосредственного сбыта гостиничного продукта, поэтому эффективность управления процессом бронирования отражается на рентабельности отеля. Процесс бронирования - это налаживание сотрудничества между уполномоченными работниками отеля и гостями, процесс заказа мест и номеров в гостинице, именно по бронированию начинается обслуживание гостей. Этот процесс может осуществляться различными техническими средствами - по телефону, Интернету, почте, факсом и т.п., однако именно от эффективной его организации зависит впечатление клиента о гостинице, поэтому оператор по бронированию обязательно должен иметь профессиональную подготовку. В процессе поиска клиент знакомится с несколькими отелями, выбирает лучший, поэтому агент по бронированию должен повлиять на его выбор, отметить преимущества в обслуживании именно этого отеля среди конкурентов.

Отдел бронирования номеров (мест) в гостиницах функционирует как отдельная структурная звено управления, однако чаще в структуре службы приема

и размещения. Возглавляет отдел менеджер, который в большинстве гостиниц находится на одном служебном уровне с главным администратором и подчиняется директору отдела обслуживания или директору отдела сбыта. Этот факт подчеркивает, что резервирование функционально связано со сбытом и влияет на управление доходами отеля.

Отдел бронирования чаще всего работает в период наивысшей активности клиентов - с 8 до 18 ч. Количество служащих зависит от размеров гостиницы и составляет 3-5 человек. Основная задача служащих состоит в реализации наибольшего количества номеров отеля за максимально высокую цену. Кроме этого, отдел бронирования осуществляет маркетинговые исследования рынка - изучает динамику спроса на гостиничные услуги, программу мероприятий, которые будут проходить в регионе (спортивные соревнования, фестивали, конференции и др.) и вместе со службой маркетинга прогнозирует деятельность гостиницы.

В период проведения массовых мероприятий спрос на гостиничные услуги увеличивается в несколько раз. Для гостиниц выгодно бронировать места для мероприятий со значительным количеством участников, поскольку в таких случаях по определению заказа осуществляется заранее до события и риск его аннулирования незначительной.

Среди основных должностных и профессиональных обязанностей персонала отдела резервирования выделяются:

- коммуникабельность в отношениях с клиентами, быстрое и четкое реагирование на заказ размещения;
- профессиональное знание процесса бронирования, оперативная систематизация информации, поступающей от клиентов и информации о состоянии заполнения номерного фонда;
- знание тарифов на услуги размещения, дополнительные услуги, ценовые льготы и сезонные изменения цен;
- умение ориентироваться в темпераменте клиента и прогнозировать его реальные намерения, воздействовать на клиента с целью достижения максимального эффекта от сотрудничества с ним;
- умение работать с техническими системами резервирования, прежде всего телекоммуникационными.

Для резервирования используются различные технические средства и организационные формы. Среди технических средств типичны:

- телефон;
- информационная система Интернет;
- факс;
- телеграмма;
- лист

Среди организационных форм бронирования различают:

- централизованное бронирование;
- центральный офис по бронированию;
- бронирование туристическими предприятиями;
- бронирование транспортными агентствами;
- бронирование организаторами конференций и совещаний;

- бронирование непосредственно в отеле Использование телефона и Интернета сегодня наиболее распространенные способы бронирования. Бронирование по телефону имеет определенные преимущества по сравнению с другими видами, поскольку обеспечивается "живое" общение, что имеет важное значение для клиента и оператора отдела бронирования. Клиент в общении со служащим получает первые впечатления об отеле, поэтому служащий должен проявить высочайшее мастерство и повлиять на выбор клиента, подчеркнуть достоинства отеля среди других, оператор по бронированию имеет возможность получить значительно более полную информацию о клиенте, предложить ему помимо основных, дополнительные услуги отеля.

В отелях, которые принимают заказы на резервирование номеров по телефону, используются специальные бланки с графами, где проставляются отметки о бронировании.

Раздел 2

В настоящее время можно говорить о двух формах продажи гостиничных услуг:

- Ø прямая продажа индивидуальным клиентам;
- Ø прямая продажа корпоративным структурам;
- Ø продажа через рыночных посредников.

К индивидуальным клиентам относят гостей, бронирующих место в гостинице от себя и за свой счёт (транзитные гости, «гости с улицы», совершающие покупку гостиничных услуг у стойки регистратора). Эти гости готовы к покупке номеров по полному тарифу, не имея возможности для выбора и сравнения номеров.

Поэтому, менеджмент гостиниц сознательно не продает номера по предварительным заявкам, оставляя их дорогим гостям с улицы.

Индивидуальным клиентам продают номера по базовым тарифам, либо по тарифу с минимальной скидкой. Первый тариф является неизменным и отличается максимально высокой стоимостью номера.

Персонал службы приёма и размещения подробно инструктируется о том, как вести себя и выгодно продать номер индивидуальным клиентам. Так: начинать продажи транзитным гостям необходимо надо с предложения полного базового тарифа;

в зависимости от реакции гостя цена может меняться и быть зафиксированной на приемлемом для каждой стороны уровне;

не допустимо предлагать цену ниже уровня, установленного руководством отеля для данной категории гостей в текущий момент времени.

Совокупный объём продаж данному сегменту рынка не превышает 5 – 10% от общего объёма сбыта гостиницы.

Поэтому, многие отельеры акцентируют внимание на работе с корпоративными клиентами.

Корпоративным клиентом в гостинице является любая непосредственная организация, бронирующая номера от своего имени для своих сотрудников, партнёров, клиентов за свой собственный счёт.

Это иностранные и отечественные фирмы, авиакомпании, посольства государств.

Взаимодействие гостиницы и корпоративных клиентов исключает возможность наличия посредников в цепи сбыта.

Менеджменту гостиниц, работающему с корпоративными клиентами, следует учитывать факторы, влияющие на выбор того или иного отеля:

Расположение гостиницы. Большинство компаний предпочитают те отели, которые находятся вблизи их офисов и представительств. Для них важно, чтобы отель располагался в центральной части города. Это выгодно с точки зрения экономии времени и организации досуга сотрудников.

Безопасность пребывания в отеле. Системы видеонаблюдения, ограничения доступа посторонних людей – главные требования корпоративных клиентов.

Оборудование и оснащение номера. Простор, широкая кровать, наличие рабочего стола, спутникового ТВ, Интернет в номере.

Питание. Завтрак (шведский стол) в ресторане, включённый в стоимость номера, возможность заказа питания в номер круглосуточно.

Дополнительные бизнес-услуги в отеле предполагают наличие бизнес-центра для проверки электронной формы, отправки и получения факсов, бесплатная доставка утренних газет, аренда переговорных комнат.

Прочие дополнительные услуги – аренда транспорта с водителем, заказ авиа- и железнодорожных билетов в отеле, билетов в театр, услуги по стирке, химчистке.

Рекреационные услуги в отеле – наличие оздоровительного клуба (тренажерного зала, бассейна, сауны).

Работа с корпоративными клиентами базируется на следующих принципах:

- понимание особенностей структуры организации бизнес-поездки в компании;
- личное знакомство с сотрудниками, ответственными за координацию поездки;
- знание бюджета компании на размещение и проведение мероприятий в гостинице;
- непрерывное управление корпоративной базой (пересмотр цен, условий сотрудничества), поиск новых корпоративных клиентов

Корпоративный тариф предоставляется корпоративным клиентам на определённый период времени под обязательства предоставления конкретного количества номеров-ночей в рамках промежутка времени.

Тарифы для сотрудников туристских компаний, авиалиний – специальные низкие тарифы, по которым менеджмент гостиниц продаёт номера персоналу сотрудничающих с ними туркомпаний или авиалиний.

Тарифы для размещения делегаций, осуществляющих инспекцию отеля – сниженные тарифы для представителей компаний, заинтересованных в заключении долгосрочного контракта с отелем или размещении группы.

На рынке гостиничных услуг работают следующие типы посредников:

туристские операторы;

оптовые продавцы;

туристские агентства;

Интернет-посредники.

Возникновение подобных видов посредников связано с тем, что гостиничная услуга – часть туристского продукта, формируемого туроператорами и реализуемого турагентами.

ЛИСТ
изменений рабочей учебной программы по дисциплине
ПМ.04 Организация деятельности сотрудников службы бронирования и продаж

Дополнения и изменения, вносимые в рабочую программу дисциплины

Основания внесения дополнений и изменений	Раздел РПД, в который вносятся изменения	Содержание вносимых дополнений, изменений
Предложение работодателя		
Предложение составителя программы		
Другие основания		

Составитель: преподаватель _____ М.В. Самсоненко
подпись

Утверждена на заседании предметно-цикловой комиссии Гостиничного сервиса
протокол № _____ от « _____ » _____ 20 ____ г.

Зам. директора по УЧ _____ Т.А. Резуненко
« _____ » _____ 20 ____ г.

Заведующая библиотекой филиала _____ Л.Г. Соколова
« _____ » _____ 20 ____ г.

Инженер-электроник (программно-информационное
обеспечение образовательной программы) _____ А.В. Сметанин
« _____ » _____ 20 ____ г.

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж, составленную преподавателем филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Геленджике Самсоненко М.В. для специальности 43.02.14 Гостиничное дело

Рабочая программа учебной дисциплины МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.14 Гостиничное дело, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 09.12.2016 №1552 (зарегистрирован в Минюсте России 26.12.2016 № 44974)

Рабочая программа составлена на основе модульно - компетентного подхода к построению содержания курса и позволяет оптимально сочетать теоретическую и практическую составляющие обучения.

Все разделы рабочей программы направлены на формирование знаний и умений, в полной мере отвечают требованиям федерального государственного стандарта по специальности 43.02.14 Гостиничное дело

Рабочая программы дисциплины МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж включает в себя различные методы и формы самостоятельной работы студента, тесты и инновационные методы контроля знаний.

Для закрепления теоретических знаний предусматриваются практические занятия.

Разработанные формы и методы позволяют в полной мере осуществлять контроль и оценку результатов обучения.

Данная рабочая программа может быть рекомендована для изучения дисциплины «Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж».

Рецензент:

Директор ИП Стефанова З.К.
Отель «Парадейсон»



З.К.Стефанова

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж, составленную преподавателем филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Геленджике Самсоненко М.В. для специальности 43.02.14 Гостиничное дело

Рабочая программа учебной дисциплины МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.14 Гостиничное дело, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 09.12.2016 №1552 (зарегистрирован в Минюсте России 26.12.2016 № 44974)

Содержание и направленность РПД соответствует целям образовательной программы СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело и будущей профессиональной деятельности обучающегося. Рецензируемая РПД позволяет правильно сформировать необходимые знания, умения и навыки.

Все разделы рабочей программы направлены на формирование знаний и умений, в полной мере отвечают требованиям федерального государственного стандарта по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Приведенные учебные материалы по лекционным и практическим занятиям и самостоятельной работе позволяют освоить обучающимися необходимые знания, умения и навыки, соответствуют предъявляемым требованиям.

Рабочая программы дисциплины МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж включает в себя различные методы и формы самостоятельной работы студента, тесты и инновационные методы контроля знаний.

Для закрепления теоретических знаний предусматриваются практические занятия.

Разработанные формы и методы позволяют в полной мере осуществлять контроль и оценку результатов обучения.

На основании проведенной экспертизы можно сделать заключение, что данная рабочая программа может быть рекомендована для изучения учебной дисциплины МДК 04.01 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж с целью формирования и оценки знаний, умений и навыков по данному предмету.



Генеральный директор
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

К.Т. Дмитриев