

Программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 43.02.14 Гостиничное дело (Приказ Минобрнауки России от 09.12.2016 N 1552 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта

среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело"(Зарегистрировано в Минюсте России

26.12.2016 N 44974) и примерной программы учебной дисциплины Основы маркетинга гостиничных услуг.

Содержание программы реализуется в процессе освоения программы подготовки специалистов среднего звена (-ППССЗ) по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Организация-разработчик : ГБПОУ КО «Тарусский многопрофильный техникум»

Разработчик: Емельянова Л.О.-преподаватель специальных дисциплин.

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |
| --- |
| **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **2.СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |
| **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ** |
| **4.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ** |

1. **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ**

**ДИСЦИПЛИНЫ**

* 1. **Область применения программы**

Рабочая программа учебной дисциплины ОП 02. Основы маркетинга гостиничных услуг является частью ОПОП в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

* 1. **Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| КодПК, ОК | Умения | Знания |
| ПК 4.1 | планировать и прогнозировать продажи. | рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта. |
| ПК 4.2 | осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы; собирать и анализироватьинформацию о потребностях целевого рынка; ориентироваться в номенклатуре основных идополнительных услуг отеля; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение, персонала службыбронирования и продаж приемам эффективных продаж. | 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 идополнительных услуг гостиницы;каналы и технологии продаж гостиничного продукта;ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничногопредприятия;принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службыбронирования и п 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. |
| ПК 4.3. | оценивать эффективность | критерии и методы оценки эффективности |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | работы службы бронирования и продаж;определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать ипредоставлять предложения по повышениюэффективности сбыта гостиничного продукта. | работы сотрудников и службы бронирования и продаж;виды отчетности по продажам. |
| ОК 01 | распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи;выявлять и эффективно искать информацию, необходимуюдля 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 (самостоятельно илис помощью наставника). | 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; структуру плана длярешения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональнойдеятельности. |
| ОК 02 | определять задачи поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска;структурировать получаемую информацию; выделятьнаиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимостьрезультатов поиска; оформлять результаты поиска. | номенклатура информационных источников применяемых в профессиональнойдеятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации. |
| ОК 03 | определять актуальность нормативно-правовойдокументации в профессиональнойдеятельности; выстраивать траектории | содержание актуальной нормативно- правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | профессионального иличностного развития |  |
| ОК 04 | организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами | психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности |
| ОК 05 | излагать свои мысли на государственном языке;оформлять документы. | особенности социального и культурного контекста; правила оформлениядокументов. |
| ОК 09 | **п**рименять средстваинформационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современноепрограммное обеспечение | современные средства и устройстваинформатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности. |
| ОК 10 | понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные ибытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простыевысказывания о себе и о своей профессиональнойдеятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы | 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 |
| ОК11 | выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеиоткрытия собственного дела в профессиональнойдеятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкамкредитования*- проводить анализ и разрабатывать рекомендации по повышению эффективности**функционирования предприятия (коммерческой фирмы);* | основы предпринимательскойдеятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес- планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты*- теоретические основы маркетинга гостиничного предприятия; роль маркетинга в управлении предприятием,* *основные**инструменты стратегического и товарного* *маркетинга; принципы маркетингового ценообразования;* *технологию сбыта товаров и средства маркетинговых* *коммуникаций;**системы экономических взаимоотношений в**отрасли;* *теорию и практику формирования и* |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | *самостоятельно анализировать научную литературу;* *оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов,**конкурентов гостиничного рынка; выбирать и применять эффективные методы и**технологии* *продаж гостиничных продуктов,**соответствующих запросам потребителей; анализировать маркетинговую среду организации,* *принимать**управленческие решения, исходя из результатов ситуационного анализа и целей организации.* | *продвижения* *гостиничного продукта,**соответствующего запросам потребителей* |

1. **СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
	1. **Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Вид учебной работы** | **Объем часов** |
| **Объем образовательной программы** | 84 |
| **Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем** | 84 |
| в том числе: |
| теоретическое обучение | 50 |
| лабораторные работы |  |
| практические занятия | 32 |
| курсовая работа (проект) |  |
| контрольная работа |  |
| **Самостоятельная работа** | - |
| **Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета** |  |

* 1. **Тематический план и содержание учебной дисциплины**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем** | **Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся** | **Объем часов** | **Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
| **Тема 1** | **Содержание учебного материала** | **12** |  |
| **Введение в маркетинг** | **1.** Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность |  | ОК 01 - ОК 11 |
| **гостиничных услуг.** | маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга. | 2 | ПК 4.1ПК 4.2 |
|  |  |  | ПК 4.3 |
|  | **2** Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи**.** |  | ОК 01 - ОК 11 |
|  | Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции,структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с | 2 | ПК 4.1ПК 4.2 |
|  | руководством и другими структурными подразделениями. |  | ПК 4.3 |
|  | **3.** Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, |  | ОК 01 - ОК 10 |
|  | товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного |  | ПК 4.2 |
|  | бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые | 2 |  |
|  | мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных |  |  |
|  | состояниях спроса. |  |  |
|  | **4.** Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, |  | ОК 01 - ОК 11 |
|  | факторы, формирующие окружающую среду предприятия. | 2 | ПК 4.2 |
|  | **Тематика практических занятий** | **4** |  |
|  | **1. Практическая работа№1 –** «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства». | 2 | ПК 4.1ПК 4.2 |
|  | **2. Практическая работа№ 2 –** «Изучение зависимости объема продаж |  | ПК 4.1 |
|  | гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»; | 2 | ПК 4.2 |
| **Тема 2** | **Содержание учебного материала** | **10** |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Рынок** | **гостиничных** | **1.** Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием |  | ОК 01 - ОК 11 |
| **услуг.** |  | гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция, |  | ПК 4.1 |
|  |  | сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция,интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный | 2 | ПК 4.2 |
|  |  | (социально-этичный) маркетинг. |  |  |
|  |  | **2.** Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка |  | ОК 01 - ОК 10 |
|  |  | конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности.и перспектив развития рынка гостиничных услуг. | 2 | ПК 4.1ПК 4.2 |
|  |  | **3.** Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки |  | ОК 01 - ОК 12 |
|  |  | и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для |  | ПК 4.2 |
|  |  | предприятия гостиничного хозяйства. Стратегии охвата целевого рынка: | 2 | ОК 01 - ОК 11 |
|  |  | недифференцированный, дифференцированный, концентрированный |  | ПК 4.1 |
|  |  | маркетинг. |  | ПК 4.2 |
|  |  | **Тематика практических занятий** | **4** |  |
|  |  | **1. Практическая работа№ 3 – «**Определение целевого сегмента | 2 | ПК 4.1 |
|  |  | потребителей гостиничных услуг». | ПК 4.2 |
|  |  | **2. Практическая работа №4 –** «Рыночные концепции маркетинга и их |  | ПК 4.1 |
|  |  | применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных | 2 | ПК 4.2 |
|  |  | задач, кейсов. |  |  |
| **Тема 3. Составляющие** | **Содержание учебного материала** | **18** |  |
| **комплекса маркетинга.** | **1.** Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, |  | ОК 01 - ОК 10 |
|  | каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р). | 2 | ПК 4.1 |
|  |  |  | ПК 4.2 |
|  | **2.**Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл |  | ОК 01 - ОК 10 |
|  | гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного |  | ПК 4.1 |
|  | продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. | 2 | ПК 4.2 |
|  | Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской |  |  |
|  | ценности гостиничного продукта. |  |  |
|  | **3.**Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и |  | ОК 01 - ОК 10 |
|  | сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовойстратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды | 2 | ПК 4.1ПК 4.2 |
|  | тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Выбор методов ценообразования. |  |  |
| **4.** Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2 |
| **5.** Продвижение как составляющее комплекса маркетинга**.** Методыформирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства. | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2 |
| **Тематика практических занятий** | **8** |  |
| **1. Практическая работа №5 – «**Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта способов его продления.». | 2 | ПК 4.1ПК 4.2 |
| **2. Практическая работа №6 – «**Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта способов его продления.». | 2 |  |
| **3. Практическая работа №7 – «**Разработка практических рекомендацийпо формированию спросагостиничного продукта для различных целевых сегментов». | 2 | ПК 4.2 |
|  | **4. Практическая работа №8**«Разработка практических рекомендаций по стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов». | 2 | ПК 4.2 |
| **Тема 4 Коммуникационная политика гостиничного предприятия** | **Содержание учебного материала** | **18** |  |
| **1.** Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии(Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг). | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.1ПК 4.2 |
| **2.** Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламыпредприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия.Выбор видов и носителей рекламы. | 2 | ОК 01 - ОК 11ПК 4.2ПК 4.3. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **3.** Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы. | 2 | ОК 01 - ОК 11ПК 4.2ПК 4.3 |
| **4.**Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. | 2 | ОК 01 - ОК 11ПК 4.2 |
| **5**PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий**.** Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющиеэлементы, пути формирования. | 2 | ОК 01 - ОК 11ПК 4.2 |
| **Тематика практических занятий** | **8** |  |
| **1. Практическая работа №9 – «**Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста». | 2 | ПК 4.2 |
| **2. Практическая работа №10 – «**Разработка рекламного товарного знака, торговой марки» | 2 |  |
| **3.Практическая работа№11– «**Овладение методикой разработки рекламной компаниигостиничного предприятия». | 2 | ПК 4.2 |
| **4.Практическая работа №12– «**Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.». | 2 | ПК 4.2 |
| **Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований.** | **Содержание учебного материала** | **16** |  |
| **1.** Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объектыисследования. | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.1ПК 4.2 |
| 2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации. | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.1ПК 4.2 |
| 3**.** Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2 |
| 4. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования. | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2 |
| 5**.**Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и | 2 | ОК 01 - ОК 10 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления. |  | ПК 4.2 |
| 6.Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг. | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2ПК 4.3. |
| **Тематика практических занятий** | **4** |  |
| **1. Практическая работа №13– «**Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет». | **2** | ПК 4.1ПК 4.2 |
| **2. Практическая работа №14 – «**Отработка навыков составления анкет». | 2 | ПК 4.1ПК 4.2 |
| **Тема 6 Конкурентоспособность гостиничного предприятия** | **Содержание учебного материала** | **10** |  |
| **1.** Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг. | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2 |
| **2.** Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничногохозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ. | 2 | ОК 01 - ОК 10ПК 4.2 |
| **Тематика практических занятий** | **4** |  |
| **1. Практическая работа №15 – «**Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия» разработка мероприятий по ее повышению». | 2 | ПК 4.1ПК 4.2ПК 4.3. |
|  | **2. Практическая работа №16**«Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности гостиничного предприятия» | 2 | ПК 4.1ПК 4.2ПК 4.3 |
|  | **Зачет** | **2** |  |
| **Всего:** | **84** |  |
| **Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета** |  |  |

1. **УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**
	1. **Материально-техническое обеспечение**

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:

* кабинет «основы маркетинга», оснащенный оборудованием: посадочные места по количеству обучающихся; компьютерные места для обучающихся; рабочее место преподавателя.
* техническими средствами обучения: компьютер; мультимедийная доска мультимедийный проектор (цифровой проектор); проекционный экран.

(перечисляются технические средства необходимые для реализации программы). Лабораторий – не предусмотрено.

* 1. **Информационное обеспечение обучения**
		1. **Печатные издания**
1. Соколова С.В. Основы маркетинга гостиничных услуг: учеб. для СПО .-М.: ИЦ

«Академия», 2018.-192с.

1. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для СПО / С. В. Карпова ; под общ.ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 408 с.
	* 1. **Электронные издания (электронные ресурсы)**
2. Поведение потребителей: Учебник / Под общ.ред. О.Н. Романенковой. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2015. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа [http://znanium.com](http://znanium.com/)]

a. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>

1. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
2. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
3. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
4. <http://www.aup.ru/library/> - Административно-управленческий портал

«Менеджмент и маркетинг в бизнесе». 13.01.2012 г.

1. Административно-управленческий портал: [http://www.aup.ru](http://www.aup.ru/)
2. [http://www.marketingandresearch.ru/-журнал](http://www.marketingandresearch.ru/-%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB)
3. [http://www.frio.ru](http://www.frio.ru/) Федерация Рестораторов и Отельеров России.
4. <http://sbiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx>
5. [http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-](http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html) [uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html](http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html) (электронные учебники).
6. <http://studentam.net/content/view/515/58/> (электронные учебники).
7. [www.hospitality.ru](http://www.hospitality.ru/)
8. [http://piter-](http://piter-press.ru/theme/upravlenie_menegement.html) [press.ru/thehttp://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie\_menegement.html](http://piter-press.ru/theme/upravlenie_menegement.html)
9. [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru/) (сайт гильдии маркетологов).
10. [www.btlregion.ru](http://www.btlregion.ru/) (всё о BTL).
11. <http://marketing.rbc.ru/>(исследования РБК).
12. [www.gks.ru](http://www.gks.ru/) (Гос. служба статистики).
13. Мазилкина Е.И. Маркетинг : учебник для СПО / Мазилкина Е.И.. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 c. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].
14. Основы маркетинга : лабораторный практикум для СПО / . — Саратов : Профобразование, 2019. — 103 c. — ISBN 978-5-4488-0318-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Результат ы обучения** | **Уметь** | **Знать** | **Критерии оценки** | **Методы оценки** |
| ПК 4.1 | планировать и прогнозировать продажи. | рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничногопродукта. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| ПК 4.2 | осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; выделять целевой сегмент клиентской базы;собирать и анализировать информацию опотребностях целевого рынка; ориентироваться в номенклатуре основных идополнительных услуг отеля;разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособност ь гостиничного продукта иразрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение, персонала службыбронирования и продаж приемамэффективных продаж. | 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 ивыделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничногопредприятия; принципы создания системы«лояльности» работы с гостями;методы | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | максимизациидоходов гостиницы; критерииэффективности работы персонала гостиницы по продажам;виды отчетности по продажам; нормативныедокументы, регламентирующие работу службыбронирования и п документооборот службыбронирования и продаж;перечень ресурсов необходимых для работы службыбронирования и продаж, требования к их формированию; методикупроведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничногопродукта. |  |  |
| ПК 4.3. | оцениватьэффективность работы службы бронирования и продаж;определять эффективностьмероприятий по стимулированиюсбыта гостиничного продукта;разрабатывать и предоставлять предложения по повышениюэффективности сбыта гостиничного продукта. | критерии и методы оценкиэффективностиработы сотрудников и службыбронирования и продаж;виды отчетности по продажам. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| ОК 01 | распознавать задачу и/или проблему впрофессиональном и/или социальном | актуальный профессиональный исоциальный контекст, в котором | Ответы на вопросы назнание и понимание | Устный опрос |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | контексте; анализировать задачу и/или проблему ивыделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять иэффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;составить пландействия; определить необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своихдействий (самостоятельно или с помощью наставника). | приходится работать и жить; основные источникиинформации 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; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональнойдеятельности. |  |  |
| ОК 02 | определять задачи поиска информации; определять необходимые источникиинформации; планировать процесс поиска; структурировать получаемуюинформацию;выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска;оформлять результаты поиска. | номенклатура информационных источников применяемых впрофессиональной деятельности; приемы структурированияинформации; формат оформления результатов поиска информации. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| ОК 03 | определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональнойдеятельности; | содержание актуальной нормативно-правовой документации;современная научная и профессиональная | Ответы на вопросы на знание и понимание75%правильны | Устный опросТестировани е по теме |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | выстраивать траектории профессионального и личностного развития | терминология; возможные траектории профессиональногоразвития и самообразования | х ответов |  |
| ОК 04 | организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством,клиентами | психология коллектива; психология личности; основы проектнойдеятельности | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| ОК 05 | излагать свои мысли на государственном языке; оформлятьдокументы. | особенности социального и культурного контекста; правила оформлениядокументов. | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |
| ОК 09 | **п**рименять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение | современные средства и устройстваинформатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности. | Ответы на вопросы на знание и понимание75%правильны х ответов | Устный опросТестировани е по теме |
| ОК 10 | понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы(профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать вдиалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональнойдеятельности; кратко обосновывать иобъяснить своидействия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на | правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительны е глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум,относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональнойдеятельности; особенности произношения; правила чтения текстовпрофессиональной направленности | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опросзадания на упорядочени еинформации (выстраиван ие логических, причинно- следственны х связей, хронологиче ское упорядочени е,ранжировани е);задания, связанные с интерпретац ией, анализом и обобщением |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | знакомые или интересующие профессиональные темы |  |  | информации, полученной из первоисточн иков или из учебных материалов; |
| ОК 11 | выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональнойдеятельности; оформлять бизнес- план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования*- проводить анализ и разрабатывать рекомендации по повышению**эффективности функционирования предприятия**(коммерческой фирмы); самостоятельно анализировать научную литературу;* *оценивать рынки сбыта, потребителей,**клиентов,* *конкурентов гостиничного рынка; выбирать и применять эффективные методы и технологии* *продаж гостиничных продуктов, соответствующих запросам потребителей; анализировать маркетинговую среду организации,* *принимать**управленческие решения, исходя из результатов**ситуационного анализа и целей организации.* | основыпредпринимательско й деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес- планов; порядок выстраивания презентации;кредитныебанковские продукты*- теоретические основы маркетинга гостиничного предприятия; роль маркетинга в**управлении предприятием,* *основные**инструменты**стратегического и товарного* *маркетинга; принципы маркетингового ценообразования;**технологию сбыта товаров и средства маркетинговых**коммуникаций; системы**экономических взаимоотношений в отрасли;* *теорию и практику формирования и продвижения* *гостиничного**продукта,**соответствующего запросам потребителей* | Ответы на вопросы на знание и понимание | Устный опрос |