

1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 Продажи гостиничного продукта

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по программе подготовки специалистов среднего звена: **43.02.11 Гостиничный сервис** в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Продажи гостиничного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.

ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.

ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.

ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта;

- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;

- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;

- участия в разработке комплекса маркетинга.

уметь:

- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;

- проводить сегментацию рынка;

- разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;

- оценивать эффективность сбытовой политики;

- выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;

- формулировать содержание рекламных материалов;

- собирать и анализировать информацию о ценах.

знать:

- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;

- гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;

- особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;

- потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;

- методы изучения и анализа предпочтений потребителя;

- 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 и гостиничного продукта.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – **180** часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки студента **180** часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки студента **120** часов;

самостоятельной работы студента **60** часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности **Продажи гостиничного продукта**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1	Выявлять спрос на гостиничные услуги
ПК 4.2	Формировать спрос и стимулировать сбыт
ПК 4.3	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
ПК 4.4	Принимать участие в разработке комплекса маркетинга
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ОК 10	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка студента			Самостоятельная работа студента		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 4.1	Раздел 1. Изучение спроса на гостиничные услуги	100	68	28	-	32	-	-	-
ПК 4.2	Раздел 2. Формирование спроса и стимулирование сбыта	26	18	8	-	8	-	-	-
ПК 4.3	Раздел 3. Оценка конкурентоспособности гостиничных услуг	18	10	4	-	8	-	-	-
ПК 4.4	Раздел 4. Разработка комплекса маркетинга	36	24	10	-	12	-	-	-
	Всего:	180	120	50		60	-	-	-

3.2. Содержание обучения профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов ПМ, междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа студентов.	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Изучение спроса на гостиничные услуги		100	
МДК.04.01. Организация продаж гостиничного продукта		100	
Тема 1.1. Современное понятие сферы сервиса	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Понятие «сервис». Виды сервиса.</p> <p>Услуги. Виды услуг. Рынок услуг. Характеристика услуги.</p> <p>Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг</p> <p>Практические занятия</p> <p>1.Выбор видов сервиса для гостиничного предприятия.</p> <p>2. Круглый стол «Состояние и перспективы развития гостиничных услуг города Екатеринбурга»</p> <p>Самостоятельная работа</p> <p>Тематика домашних заданий:</p> <p>1.Подготовит материал по состоянию развития гостиничных услуг города Екатеринбурга</p>	12	
Тема 1.2. Сервисные предприятия	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Предприятия, осуществляющие сервисную деятельность, их классификация.</p> <p>Структура предприятий сервиса</p> <p>Понятие контактной зоны сервисного предприятия. Особенности организации контактной зоны на сервисных предприятиях.</p> <p>Практические занятия</p> <p>1.Определение характерных особенностей сервисных предприятий</p> <p>2. Организация контактной зоны сервисного предприятия.</p> <p>Самостоятельная работа</p> <p>Тематика домашних заданий:</p> <p>1.Обзор сервисных предприятий города Екатеринбурга;</p> <p>2.Культура сервиса и её составляющие (этика, эстетика, профессиональная этика)</p>	12	
Тема 1.3 Формирование и управление номенклатурой	<p>Содержание учебного материала</p> <p>особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.</p> <p>специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок.</p> <p>Практические занятия</p>	10	
		4	

й услуг в гостинице	1.Разработка систем скидок, акций и специальных предложений.	2		
	2.Продажа номерного фонда и дополнительных услуг в гостинице.	2		
	Самостоятельная работа Тематика домашних заданий: 1.Специфика рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.	4		
Тема 1.4 Качество и уровень сервиса	Содержание учебного материала	16		
	Понятие качества и уровня обслуживания и качества услуги. Составляющие качества услуг и обслуживания населения.			2
	Модель поведения потребителей.			2
	Ожидание потребителей от оказания услуг и их удовлетворение.			2
	Понятие и значение контроля качества услуг и обслуживания.			2
	Практические занятия	8		
	1.Значение и способы выяснения ожиданий потребительских услуг	2		
	2.Способы контроля качества услуг и обслуживания потребителей	2		
	3.Круглый стол «Анализ данных публикуемых исследований рынка о работе гостиничных предприятий города Екатеринбурга»	2		
	4.Пути повышения качества услуг и обслуживания.	2		
	Самостоятельная работа Тематика домашних заданий: 1.Правила составления анкет по опросу потребителей; 2. Изучение данных публикуемых исследований рынка о гостиницах города Екатеринбурга.	6		
Тема 1.5 Объекты и субъекты маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала	10		
	Понятие рынка, его виды и принципы деятельности.			1
	Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности.			
	Классификация потребностей, приоритетность потребностей.			2
	Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей			
	Понятие спроса, виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса.			2
	Методы изучения и анализа предпочтений потребителя			
	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду	2		
	Практические занятия			4
	1. Изучение и анализ потребностей потребителей гостиничного продукта	1		
	2. Установление основных видов спроса на гостиничные услуги	1		
3. Подбор гостиничного продукта в соответствии с потребностями потребителей	2			
Самостоятельная работа	6			

	Тематика домашних заданий: 1. Сбор информации в СМИ о состоянии рынка гостиничных услуг Свердловской области 2. Подготовка сообщения на тему «Состояние рынка гостиничных услуг Свердловской области» 3. Изучение ФЗ «О защите прав потребителей» 4. Анализ факторов окружающей среды, влияющих на работу гостиницы		
Тема 1.6 Сегментирова ние рынка	Содержание учебного материала	8	
	1. Понятие и признаки сегментирования рынка. Критерии выбора сегмента рынка		1
	2. Назначение, условия и способы позиционирования		2
	3. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта	3	
	Практические занятия	4	
	Выбор целевого сегмента рынка гостиничных услуг	2	
	Оценка правильности сегментирования рынка гостиничных услуг	2	
Самостоятельная работа студентов Тематика домашних заданий: Изучение принципов классификации потребителей и сегментирования рынка гостиничных услуг Исследование отдельного сегмента рынка	6		
Раздел 2. Формирование спроса и стимулирование сбыта	26		
МДК.04.01. Организация продаж гостиничного продукта	26		
Тема 2.1 Методы формировани я спроса и стимулирован ия сбыта	Содержание учебного материала	10	
	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта: виды и назначение		1
	Реклама, пропаганда, личные продажи, стимулирование продаж, связи с общественностью: возможности, достоинства, недостатки.		2
	Специфические приемы маркетинговой коммуникации: торговые презентации, экспозиции, специализированные выставки, ярмарки и др.	3	
	Практические занятия	4	
	Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов 1. Учёт твёрдого оборудования гостиничного предприятия	4	
	Самостоятельная работа студентов Тематика домашних заданий: Изучение методов сбора маркетинговой информации о коммуникативных возможностях компании, предоставляющей гостиничные услуги на рынке Свердловской области	4	
Тема 2.2 Реклама	Содержание учебного материала	8	
	Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. Требования к рекламе.		2
	Классификация рекламы. Выбор видов и носителей рекламы. Структура рекламы.		2

	Организация рекламной кампании гостиничной услуги.		3
	Эффективность рекламы. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.		3
	Практические занятия	4	
	1.Выбор средств распространения рекламы и определение их эффективности	2	
	2.Разработка и формулирование содержания рекламных материалов	2	
	Самостоятельная работа студентов Тематика домашних заданий: Организация рекламной компании для конкретного гостиничного продукта: выбор средств, составление рекламных текстов	4	
Раздел 3. Оценка конкурентоспособности гостиничных услуг		18	
МДК.04.01. Организация продаж гостиничного продукта		18	
Тема 3.1. Конкурентная среда	Содержание учебного материала	4	
	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров (услуг), конкурентные преимущества.		2
	Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.		2
	Практические занятия	2	
	1.Привести примеры конкурентных преимуществ гостиничных услуг	2	
	Самостоятельная работа Тематика домашних заданий: 1.Выучить материал по теме, используя лекции и учебное пособие по маркетингу, ответить на вопросы для самоконтроля.	4	
Тема 3.2. Конкурентоспособность гостиничных услуг	Содержание учебного материала	6	
	Конкурентоспособность организаций и товаров (услуг): критерии оценки, конкурентные преимущества.		2
	Конкурентоспособность гостиничной услуги.		3
	Практические занятия	2	
	1. Выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации	2	
	Самостоятельная работа Тематика домашних заданий: Выбор критериев для оценки конкурентоспособности гостиничной услуги. Сбор материала из СМИ и Internet для оценки конкурентных преимуществ гостиничных услуг Свердловской области	4	
Раздел 4. Организация продаж гостиничного продукта		36	
МДК.04.01. Организация продаж гостиничного продукта		36	
Тема 4.1.	Содержание учебного материала	8	

Товарная политика.	Классификация средств маркетинга		2
	Маркетинговое понятие товара (услуги). Жизненный цикл гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия		2
	Специфика комплекса маркетинга для гостиничной услуги		3
	Практические занятия	4	
	1. Разработка мероприятий комплекса маркетинга для гостиничной услуги для разных этапов жизненного цикла.	4	
	Самостоятельная работа Тематика домашних заданий: 1. Начертить график ЖЦ гостиничной услуги. 2. Собрать материал, необходимый для составления плана маркетинга	4	
Тема 4.2 Политика ценообразования	Содержание учебного материала	8	
	Роль ценовой политики в системе маркетинга. Факторы, формирующие уровень цен		2
	Классификация цен. Основные виды стратегий ценообразования		3
	Цели, задачи и основные направления ценовой политики.		3
	Практические занятия	2	
	1. Анализ и оценка ценовой стратегии, выбранной гостиницей. Решение ситуационных задач	2	
	Самостоятельная работа Тематика домашних заданий: 1. Выучить материал по теме, используя лекции и учебное пособие по маркетингу, ответить на вопросы для самоконтроля. 2. Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики гостиницы	4	
Тема 4.3 Сбытовая политика	Содержание учебного материала	8	
	Основные понятия: сбыт, распределение, реализация услуг, сбытовая политика.		2
	Цели, задачи и основные направления сбытовой политики.		3
	Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распределения, их виды, длина. Критерии выбора каналов сбыта. Система сбыта.		3
	Практические занятия	4	
	1. Оценка эффективности сбытовой политики	2	
	2. Оценка преимуществ и недостатков системы распространения гостиничных услуг	2	
	Самостоятельная работа Тематика домашних заданий: 1. Разработка и составление анкеты для проведения анализа спроса на гостиничные услуги 2. Установление уровней каналов распространения гостиничных услуг	4	
Всего:		180	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Программа учебной дисциплины реализуется на базе учебного кабинета «*Организация продаж гостиничного продукта*».

Оборудование учебного кабинета:

- 30 посадочных мест;
- рабочее место преподавателя;
- комплект образцов документов для организации обслуживания гостей в процессе

проживания;

Технические средства обучения:

- комплект учебно-методической документации.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, дополнительной литературы, Интернет-ресурсов

Основные источники:

1. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014.
2. Розанова, Т. П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : Практикум / Т. П. Розанова, Т. В. Муртузалиева. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012
3. Ёхина М.А. Организация обслуживания в гостиницах. Учебное пособие для ОУ СПО. – Москва: Академия, 2014.
4. Аванесова, Г. А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент [Текст] / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2004.
5. Бороздина, Г. В. Психология делового общения [Текст] / Г. В. Бороздина. – М. : Инфра-М, 2006.
6. Виноградова, М. В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса [Текст] / М. В. Виноградова, З. И. Панина. - М. : Дашков и К, 2006.
7. Воронкова, Л. П. История туризма и гостеприимства [Текст] / Л. П. Воронкова. - М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004.
8. Ерохина, Л. И. Предприятия в сфере сервиса. Управление прогнозируемыми процессами (теория и практика) [Текст] / Л. И. Ерохина. – М. : Флинта, 2005.
9. Камилина, Л. Сервис класса люкс. Розовая книга менеджера [Текст] / Л. Камилина. - М. : Альпина Бизнес Букс, 2005.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга. - М.: Прогресс, 2009.
11. Маркетинг: Учеб для ВУЗов/ Т.Д.Божук., Ковалик Л.Н., Маслова Т.Д. – СПб:Питер, 2008.
12. Маркетинг. Учебное пособие.
13. Песоцкая, Е. В. Маркетинг услуг [Текст] / Е. В. Песоцкая. – СПб. : Питер, 2000.
14. Сервисная деятельность [Текст] / под ред. И. П. Павловой, В. К. Романович ; СПб гос. ун-т аэрокосмического приборостроения. – СПб. , 2006.
15. Федцов, В. Г. Культура сервиса [Текст] / В. Г. Федцов. - М. : ПРИОР, 2006.
16. Федцов, В. Г. Предпринимательство: сфера сервиса [Текст] / В. Г. Федцов, В. В. Федцов. – М. : Дашков и К, 2006.

Дополнительные источники

1. Маркетинг для государственных и общественных организаций/Ф.Котлер.- СПб:Питер,2008.
2. Белоусова С.Н. и др. Маткетинг – М: Феникс, 2003
3. Мурахтанова Н.М. и др. Маркетинг – М.:Академия. 2002
4. Основы маркетинга/ В.П.Федько.- Ростов н/Д:Феникс,2005.
5. Котерова Н.П. Основы маркетинга – М.: Академия, 2003
6. Дж. Эванс, Б.Берман, Е.Дихтль. Основы маркетинга. – М.: Люкс-арт, 1996. – 392 с.
7. Ходеев Ф.П. Маркетинг для студентов средних специальных учебных заведений.–Ростов н/Д: «Феникс», 2003. – 224 с.

8. Басовский Л.Е. Маркетинг: Учебное пособие-М.: Инфра-М., 2001.-134 с.
9. Николаева М.А. Маркетинг товаров и услуг. – М.: Деловая литература, 2001. – 448 с.
10. Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: Учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2000-285.
11. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие. – М.:Инфра-М, 2001.
12. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. – М.: Высшая школа, 1995.
13. Основы маркетинга: Учебное пособие/Похабов В.И., Тарелко В.В.- Мн.: Высшая школа, 2001. – 271 с.
14. Уткин Э.А., Кочеткова А.И., Юликов Л.И. сборник ситуационных задач, деловых и психологических игр, тестов, контрольных заданий, вопросов для самопроверки по курсу «Маркетинг». – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.: ил.
15. Панкратов Ф.Г. и др. Рекламная деятельность: Учебник. – М.: Маркетинг, 2001. – 364 с.
16. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования рынка. – М.: Финпресс, 2003.
17. Маслова Т.Д., Божку С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг: задачи, логические схемы, тесты. – СПб: Питер, 2001. – 128 с.: ил.
18. Журналы «Маркетинг», «Маркетинг в России и за рубежом», «Современная торговля», «Российская торговля».

Федеральные законы:

1. «О защите прав потребителей», ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями.
2. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара» от 23.09.92 с изменениями и дополнениями, внесенными [Федеральным Законом от 11 декабря 2002 года № 166-ФЗ](#).
3. «Об информации, информатизации и защите информации», ФЗ-24 от 20.02.95 с изменениями.
4. Федеральный закон "О рекламе" от 14 декабря 2001 года с изменениями.

Интернет-ресурсы:

1. Справочная система: «Консультант Плюс».

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Организация образовательного процесса по профессиональному модулю осуществляется в соответствии с ФГОС СПО по специальности, с рабочим учебным планом, программой профессионального модуля, с расписанием занятий; с требованиями к результатам освоения профессионального модуля: компетенциям, практическому опыту, умениям и знаниям.

В процессе освоения модуля используются активные и интерактивные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов: деловые игры, индивидуальные и групповые проекты, анализ производственных ситуаций, и т.п. в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций студентов.

Студентам обеспечивается возможность формирования индивидуальной траектории обучения в рамках программы модуля; организуется самостоятельная работа студентов под управлением преподавателей и предоставляется консультационная помощь.

Освоению модуля предшествует изучение дисциплин:

- ЕН.01. Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности;
- ЕН.02. Экологические основы природопользования.

Оценка качества освоения профессионального модуля включает текущий контроль знаний и промежуточную аттестацию. Текущий контроль проводится в пределах учебного времени, отведенного на соответствующий раздел модуля, как традиционными, так и инновационными методами, включая компьютерные технологии. Промежуточная аттестация проводится в форме зачетов, дифференцированных зачетов и экзаменов:

- МДК 4 «**Организация продаж гостиничного продукта**» - дифференцированный зачет.

Профессиональный модуль считается освоенным при условии получения положительной оценки на экзамене квалификационном.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы профессионального модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю модуля, опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.	<ul style="list-style-type: none"> – точность анализа потребностей потребителей гостиничного продукта; – правильность подбора соответствующего потребностям потребителя гостиничного продукта; – правильность формирования спроса на гостиничные услуги. 	Защита и оценка практических занятий
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.	<ul style="list-style-type: none"> – точность проведения сегментации рынка; – демонстрация разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов; – оценивать эффективность сбытовой политики. 	Защита и оценка практических занятий
ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.	<ul style="list-style-type: none"> - точность выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации; – собирать и анализировать информацию о ценах конкурентных предприятий; 	Защита и оценка практических занятий
ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация участия в разработке комплекса маркетинга; - правильность выбора средств распространения рекламы; - точность определения эффективности рекламы; - демонстрация формулирования содержания рекламных материалов. 	Защита и оценка практических занятий

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения проверяют у студентов не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	демонстрация интереса к будущей профессии через: <ul style="list-style-type: none"> - повышение качества обучения по ПМ; - участие в НСО; - участие в студенческих олимпиадах, научных конференциях; - участие в органах студенческого самоуправления; - участие в социально-проектной 	наблюдение; мониторинг, оценка содержания портфолио студента.

	деятельности; - портфолио студента.	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области продажи гостиничного продукта. Эффективности и качество выполнения профессиональных задач.	Мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной и производственной практике.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в организации продажи гостиничного продукта.	Практические работы на моделирование и решение стандартных и нестандартных ситуаций.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– получение необходимой информации из различных источников, включая электронные.	Подготовка рефератов, докладов, курсовое проектирование, использование электронных источников.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– оформление результатов самостоятельной работы с использованием ИКТ; – работа с Интернет.	Наблюдение за навыками работы в глобальных, корпоративных и локальных информационных сетях.
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения и практики; – умение работать в группе; – наличие лидерских качеств; – участие в студенческом самоуправлении; – участие в спортивных, культурно-массовых мероприятиях.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	– проявление ответственности за работу подчинённых, результат выполнения заданий; – самоанализ и коррекция результатов собственной работы.	Деловые игры – моделирование социальных и профессиональных ситуаций; Мониторинг развития личностно-профессиональных качеств обучающегося; портфолио.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; – самостоятельный, профессионально-ориентированный выбор тематики	Контроль графика выполнения индивидуальной самостоятельной работы обучающегося;

самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	творческих и проектных работ (курсовых, рефератов, докладов); – составление резюме; – посещение дополнительных занятий; – освоение дополнительных рабочих профессий; – обучение на курсах дополнительной профессиональной подготовки; – уровень профессиональной зрелости.	Открытые защиты творческих и проектных работ; Сдача квалификационных экзаменов и зачётов по программе ДПО.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	– анализ инноваций в области технологических процессов гостиничных услуг; – использование «элементов реальности» в работах обучающихся (курсовых, рефератов, докладов)	Семинары; Учебно-практические конференции; Конкурсы профессионального мастерства; Олимпиады.
ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	– соблюдение техники безопасности; – соблюдение корпоративной этики (выполнение правил внутреннего распорядка); – ориентация на воинскую службу с учётом профессиональных знаний.	Тестирование по ТБ; Своевременность постановки на воинский учёт; Проведение воинских сборов.