



Государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
ГД .0.30.08.2016

Лист 1 из 28

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор ГАОУ ВО МГИИТ  
имени Ю.А. Сенкевича


## **ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

### **ПМ.04 ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА**

*программы подготовки специалистов среднего звена*

*по специальности*

*43.02.11 «Гостиничный сервис»*

	Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования города Москвы <b>МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ          ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА</b>	СМК МГИИТ ГД .0.30.08.2016
		Лист 2 из 28

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальностям среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.11 «Гостиничный сервис» утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от «07» мая 2014 г. № 475.

Разработчики:


доктор экон. наук, профессор Е.И.Балалова

УТВЕРЖДЕНО на заседании кафедры туризма  
 Протокол заседания от «30» августа 2016 г. № 1

Заведующий кафедрой гостиничного дела О.В. Пасько

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета туристского сервиса Т.Г. Пахомова  
 Руководитель Центра менеджмента качества Е.А. Шкабура  
 Начальник методического отдела Е.В. Яковлева

	Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования города Москвы <b>МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ          ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА</b>	СМК МГИИТ ГД .0.30.08.2016
		ЛистЗиз <b>28</b>

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Паспорт программы профессионального модуля	
2.	Результаты освоения профессионального модуля	
3.	Структура и содержание профессионального модуля	
4.	Условия реализации профессионального модуля	
5.	Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	



## 1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### «Продажи гостиничного продукта»

#### 1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.11 Гостиничный сервис в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Продажи гостиничного продукта» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- 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.
- ПК 4.5 Принимать участие в проведении маркетинговых исследований.

#### 1.2 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся 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 её формирование, систему скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

**1.3 Рекомендуемое количество часов на освоение программы**

**профессионального модуля** всего – 348 часа, в том числе: максимальной учебной нагрузки студента – 232 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 104 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 128 часа;

производственной практики – 72 часа.

**2 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: «Продажи гостиничного продукта», в том числе профессиональными (ПК) и общими компетенциями (ОК), указанными в ФГОС по специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис»:

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
ПК 4.5	Принимать участие в проведении маркетинговых исследований.



Государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
ГД .0.30.08.2016

Листбиз 28

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.



Государственное автономное образовательное учреждение  
 высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
 ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
 ГД .0.30.08.2016

Лист 7 из 28

### 3 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1 Тематический план и содержание профессионального модуля «Продажи гостиничного продукта»

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>	
			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 4.1-4.5	Раздел 1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг	10	6	4		4				
ПК 4.4,4.5	Раздел 2. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования	12	8	4		4				
ПК 4.3-4.5	Раздел 3. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия	12	8	4		4				
ПК 4.1.	Раздел 4. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом	10	6	2		4				
ПК 4.1-4.3	Раздел 5. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя	11	7	4		4				



Государственное автономное образовательное учреждение  
 высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
 ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
 ГД .0.30.08.2016

Лист 8 из 28

ПК 4.1, 4.3	Раздел 6. Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения	10	5	2	5	
ПК 4.1-4.3	Раздел 7. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта	9	4	2	5	
ПК 4.3-4.5	Раздел 8. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице	9	6	2	3	
ПК 4.2-4.3	Раздел 9. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы	9	6	4	3	
ПК 4.2, 4.4, 4.5	Раздел 10. Специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, система скидок и надбавок	10	7	4	3	
ПК 4.2, 4.4 4.5	Раздел 11. Специфика рекламы услуг и гостиничного продукта	10	7	4	3	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72				72
	<b>Всего:</b>	<b>348</b>	<b>232</b>	<b>128</b>	<b>116</b>	<b>72</b>

### 3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)





Государственное автономное образовательное учреждение  
 высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
 ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
 ГД .0.30.08.2016

Лист 9 из 28

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>Раздел 1. ПМ 4. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг</b>		<b>10</b>	
<b>МДК 1. Организация продаж гостиничного продукта</b>			
<b>Тема 1.1. Современное состояние гостиничного бизнеса</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Современное состояние гостиничного бизнеса.		2-3
	2. Проблемы современного гостиничного бизнеса и пути их решения		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>	2	
	<b>Практические занятия</b>		
1. Перспективы развития гостиничного бизнеса в г. Ростове-на-Дону и области.			
<b>Тема 1.2. Перспективы развития рынка гостиничных услуг</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ.		2-3
	2. Перспективы развития гостиничного бизнеса за рубежом.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>	2	
	<b>Практические занятия</b>		
1. Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ.			
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 1. ПМ 4.</b>		4	
<b>Тематика домашних заданий</b>			
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.			
2. Подготовка сообщений «Современное состояние гостиничного бизнеса Ростова н/Д и области».			
3. Составление словаря профессиональных терминов.			
4. Подготовка конспектов.			
<b>Раздел 2. ПМ 4. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования</b>		<b>12</b>	
<b>Тема 2.1. Характерные</b>	<b>Содержание</b>	2	



Государственное автономное образовательное учреждение  
 высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
 ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
 ГД .0.30.08.2016

Лист 10 из 28

<b>особенности гостиничного продукта</b>	1.	Понятие гостиничного продукта, гостиничный продукт как комплекс услуг		2-3
	2.	Характеристики и отличительные особенности гостиничного продукта		2-3
	3.	Комплексный гостиничный продукт и его составляющие.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		2	
	<b>Практические занятия</b>			
	1.	Виды гостиничных продуктов.		
<b>Тема 2.2. Методы формирования гостиничного продукта</b>	<b>Содержание</b>			
	1.	Структура гостиничного продукта.		2-3
	2.	Уровни гостиничного продукта.		2-3

	<b>Лабораторные работы (нет)</b>			
	<b>Практические занятия</b>			
	1.	Структура туристского продукта с точки зрения производителей.	2	
	2.	Структура туристского продукта с точки зрения потребителей.		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 2. ПМ 4.</b>			4	
<b>Тематика домашних заданий 1.</b>				
Подготовка рефератов «Методы формирования гостиничного продукта»				
2. Составление словаря профессиональных терминов.				
3. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.				
<b>Раздел 3. ПМ 4. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия</b>			<b>12</b>	
<b>Тема 3.1. Этапы жизненного цикла гостиничного продукта</b>	<b>Содержание</b>		2	
	1.	Понятие жизненного цикла гостиничного продукта.		2-3
	2.	Концепция жизненного цикла гостиничного продукта и его этапы.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		2	



	<b>Практические занятия</b>		
	1. Изучение жизненного цикла гостиничного продукта как решение трех крупных проблем, встающих перед гостиницами.		
<b>Тема 3.2. Маркетинговые мероприятия как особенности жизненного цикла гостиничного продукта</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Две теории о представлении гостиничного продукта на рынке.		2-3
	2. Стратегии маркетинга гостиничной индустрии.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>	2	
	<b>Практические занятия</b>		
	1. Специальные маркетинговые программы и технологии обслуживания в гостиничной индустрии.		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 3. ПМ 4.</b>		4	
<b>Тематика домашних заданий</b>			
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 2. Презентация «Гостиничный продукт как комплекс услуг». 3. Составление словаря профессиональных терминов. 4. Подготовка конспектов.			
<b>Раздел 4. ПМ 4. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом</b>		<b>10</b>	
<b>Тема 4.1. Классификация потребностей гостя</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Понятие запросов и предпочтений потребителя.		2-3
	2. Основные системы классификация потребностей гостя.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>	1	
	<b>Практические занятия</b>		
	1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей.		
<b>Тема 4.2. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса.</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Определение потребительских ценностей в сфере гостиничного бизнеса.		
	2. Особенности маркетингового исследования потребительского поведения.		



	3.	Особенности маркетингового исследования потребительского поведения		
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		1	
	<b>Практические занятия (нет)</b>			
	1.	Критерий оценки качества гостиничного продукта как степень удовлетворения потребностей потребителя.		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 4. ПМ 4.</b>			4	
<b>Тематика домашних заданий</b>				
1. Разбор ситуационных заданий по выявлению потребностей гостя.				
2. Составление словаря профессиональных терминов.				
3. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.				
4. Подготовка рефератов «Система социологических исследований в гостиничном бизнесе».				
<b>Раздел 5. ПМ 4. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя</b>			<b>11</b>	
<b>Тема 5.1. Понятие запросов и предпочтений потребителя</b>	<b>Содержание</b>		2	
	1.	Понятие запросов и предпочтений потребителя в гостиничной индустрии.		2-3
	2.	Понятие запросов и предпочтений потребителя в гостиничной индустрии.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		2	
	<b>Практические занятия</b>			
	1.	Оценка опыта потребителей и варианты действий предприятия в области маркетинга.		
<b>Тема 5.2. Методы изучения и оценки (анализа) потребительских запросов и предпочтений</b>	<b>Содержание</b>		1	
	1.	Методы изучения и оценки потребительских запросов и предпочтений		2-3
	2.	Методы прогнозирования предпочтений и запросов потребителей.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		2	
	<b>Практические занятия</b>			



Государственное автономное образовательное учреждение  
 высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
 ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
 ГД .0.30.08.2016

Лист 13 из 28

	1.	Маркетинговое исследование потребительских запросов и предпочтений.	
--	----	---	--

<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 5. ПМ 4.</b>		4	
<b>Тематика домашних заданий</b>			
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.			
2. Подготовка сообщений «Психологические модели покупательских мотиваций».			
3. Составление словаря профессиональных терминов.			
4. Разбор ситуационных заданий по анализу потребительских запросов.			
<b>Раздел 6. ПМ 4. Потребители гостиничного продукта, особенности их поведения</b>		<b>10</b>	
<b>Тема 6.1. Факторы, оказывающие влияние на потребителей.</b>	<b>Содержание</b>		1
	1.	Потребительское поведение и целевые группы потребителей	2-3
	2.	Классификация факторов, обуславливающих поведение покупателей.	2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Маркетинг отношений с потребителями.	
<b>Тема 6.2. Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей</b>	<b>Содержание</b>		
	1.	Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей	2-3
	2.	Изучение и анализ системы ценностей потребителей	2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Методы измерения степени удовлетворения потребителя.	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 6. ПМ 4.</b>		<b>5</b>	



Государственное автономное образовательное учреждение  
 высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
 ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
 ГД .0.30.08.2016

Лист 14 из 28

<b>Тематика домашних заданий</b>				
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 2. Составление словаря профессиональных терминов. 3. Подготовка сообщений «Модели кросс-культурного поведения».				
<b>Раздел 7. ПМ 4. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта</b>			<b>9</b>	
<b>Тема 7.1. Сегмент рынка и позиционирование гостиничного продукта</b>	<b>Содержание</b>		1	
	1.	Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. Характеристика признаков и методов сегментации.		2-3
	2.	Позиционирование гостиничных продуктов и услуг.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		1	
	<b>Практические занятия</b>			
	1.	Выявление перспективных сегментов рынка гостиничных услуг.		
<b>Тема 7.2. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта</b>	<b>Содержание</b>		1	
	1.	Рынок гостиничных услуг. Процесс целевого маркетинга.		2-3
	2.	Сегментация рынка гостиничных услуг. Определение целевого рынка.		2-3
	3.	Позиционирование гостиничного продукта на рынке.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		1	
	<b>Практические занятия</b>			
	1.	Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 7. ПМ 4.</b>			<b>5</b>	



<b>Тематика домашних заданий</b>			
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 2. Подготовка рефератов «Позиционирование гостиничных продуктов, понятие и значение». 3. Составление словаря профессиональных терминов. 4. Подготовка презентации «Сегментирование гостиничного рынка».			
<b>Раздел 8. ПМ 4. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице</b>		<b>9</b>	
<b>Тема 8.1. Формирование номенклатуры услуг в гостинице</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Понятия «ассортиментные группы и единицы гостиничных продуктов и услуг», «ассортиментная политика гостиницы».		2-3
	2. Формирование характеристик номенклатуры услуг в гостинице.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>	1	
	<b>Практические занятия</b>		
1. Показатели широты, глубины и насыщенности ассортимента			
<b>Тема 8.2. Управление номенклатурой услуг в гостинице</b>	<b>Содержание</b>	2	
	1. Методы управления номенклатурой услуг в гостинице.		2-3
	2. Анализ и управление текущим состоянием запасов по номенклатуре и ассортименту в гостинице.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>	1	
	<b>Практические занятия</b>		
1. Номенклатура основных групп показателей качества гостиничных услуг.			
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 8. ПМ 4.</b>		3	
<b>Тематика домашних заданий</b>			
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 2. Составление словаря профессиональных терминов. 3. Подготовка презентации «Составление матрицы SWOT-анализа».			
<b>Раздел 9. ПМ 4. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы</b>		<b>9</b>	



Государственное автономное образовательное учреждение  
 высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
 ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
 ГД .0.30.08.2016

Лист 1 из 28

<b>Тема 9.1. Особенности продаж номерного фонда гостиницы</b>	<b>Содержание</b>		1	
	1.	Система продвижения и каналы распределения основных гостиничных услуг.		
	2.	Каналы сбыта основных гостиничных услуг.		
	3.	Прямые продажи, агентские продажи основных гостиничных услуг.		
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>			
<b>Тема 9.2. Особенности продаж дополнительных услуг гостиницы</b>	<b>Содержание</b>		1	
	1.	Система продвижения и каналы распределения дополнительных гостиничных услуг.		
	2.	Каналы сбыта дополнительных гостиничных услуг.		
	3.	Прямые продажи, агентские продажи дополнительных услуг.		
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>			
<b>Практические занятия</b>		2		
1.	Определение характеристик и оптимальной номенклатуры основных и дополнительных услуг гостиницы.			
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 9. ПМ 4.</b>			3	
<b>Тематика домашних заданий</b>				
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу. 2. Подготовка презентации «Продажи номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы». 3. Составление словаря профессиональных терминов.				
<b>Раздел 10. ПМ 4. Специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, система скидок и надбавок</b>			10	
<b>Тема 10.1. Специфика</b>	<b>Содержание</b>		2	





Государственное автономное образовательное учреждение  
 высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
 ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
 ГД .0.30.08.2016

Лист 17 из 28

<b>ценовой политики гостиницы</b>	1.	Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия, особенности ценообразования в гостиничном бизнесе.		2-3
	2.	Выбор методов ценообразования.		2-3
	3.	Ценообразование на различных типах рынка.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		2	
<b>Практические занятия</b>				
	1.	Анализ ценовой политики конкурентов.		
<b>Тема 10.2. Факторы, влияющие на формирование ценовой политики гостиничного продукта, система скидок и надбавок</b>	<b>Содержание</b>		1	
	1.	Методика расчёта базисной цены гостиничного продукта.		2-3
	2.	Формирование ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>			
	<b>Практические занятия</b>			
	1.	Выполнение расчёта себестоимости и стоимости гостиничного продукта.	2	
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 10. ПМ 4.</b>			3	
<b>Тематика домашних заданий</b>				
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.				
2. Составление словаря профессиональных терминов.				
3. Подготовка сообщений «Ценовые стратегии в гостиничном бизнесе».				
<b>Раздел 11. ПМ 4. Специфика рекламы услуг и гостиничного продукта</b>			<b>10</b>	
<b>Тема 11.1. Специфика рекламы услуг</b>	<b>Содержание</b>		1	
	1.	Реклама гостиничных предприятий, её роль и значение, функции, виды, правовая база.		2-3



Государственное автономное образовательное учреждение  
 высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
 ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
 ГД .0.30.08.2016

Лист 18 из 28

	2.	Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, e-mail-маркетинг)		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		2	
	<b>Практические занятия</b>			
	1.	Критерии выбора средств рекламы гостиничными предприятиями.		
<b>Тема 11.2. Специфика рекламы гостиничного продукта</b>	<b>Содержание</b>		2	
	1.	Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. PR: понятие, назначение, виды мероприятий.		2-3
	2.	Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.		2-3
	<b>Лабораторные работы (нет)</b>		2	
	<b>Практические занятия</b>			
	1.	Организация рекламной кампании. Методика разработки рекламной программы гостиничного предприятия.		
	2.	Выбор видов и носителей рекламы. Правила рекламы.		
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела 11. ПМ 4.</b>			3	
<b>Тематика домашних заданий</b>				
1. Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно данному разделу.				
2. Подготовка презентаций «Разработка программ стимулирования сбыта, оценка результатов».				
3. Составление словаря профессиональных терминов.				
4. Подготовка рефератов «Позиционирование гостиничных продуктов и услуг».				
<b>Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ</b>				
Самостоятельно выявить параметры сегментации целевого рынка			72	3
Самостоятельно провести анализ возможности освоения новых сегментов рынка				3
Самостоятельно провести оценку эффективности сбытовой политики				3
Самостоятельно определить конъюнктуру рынка гостиничных услуг				3



Государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
ГД .0.30.08.2016

Лист 19 из 28

Самостоятельно провести оценку конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта		3
Самостоятельно провести оценку качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству		3
Самостоятельно осуществить формирование комплекса дополнительных услуг гостиничного предприятия		3
Самостоятельно составление и разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности гостиничного предприятия		3
<b>Всего</b>	<b>128</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).



## 4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Организация обслуживания гостей в процессе проживания».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Бронирование гостиничных услуг»: 30 посадочных мест (столы письменные, стулья с сиденьями и спинками), рабочее место преподавателя (стул и стол преподавателя), доска аудиторная двухсторонняя, комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиа-проектор, экран, электронные видеоматериалы.

Реализация программы модуля предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест: автоматизированное рабочее место работника служб обслуживания, программное обеспечение профессионального назначения (аудиовизуальные, компьютерные, телекоммуникационные средства обучения).

### 4.2 Информационное обеспечение обучения

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

### 4.3 Учебно-методическое и информационное обеспечение

#### а) нормативно-правовые акты

1. «Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) от 21 октября 1994 года (по состоянию на 30.09.2011г.).
3. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 01.07.2011) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
4. Федеральный закон «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» № 26 – ФЗ – от 23.02.1995 года.
5. Постановления Правительства Российской Федерации от 03.02.2007 №№ 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73 об особо экономических зонах туристско-рекреационного типа.
6. Федеральные и региональные целевые программы развития туризма.
7. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 №1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в РФ»

#### б) основная литература

1. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: учебное пособие. – М.: Инфра-М., 2012. – 304 с.



2. Сарафанова Е.В. Маркетинг туризма: учебное пособие / Е.В. Сарафанова, А.В. Яцук. – М.: Инфра-М., 2015. – 240 с.
3. Маркетинг гостиничных услуг: учебное пособие. – М.: Руконт. 2011. – Электронный ресурс. – 294 с. – 1,3 mgb.

**в) дополнительная литература**

1. Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с. [Режим доступа <https://cloud.mail.ru/public/3nFh/crLERFbLV>]
2. Белова В.П. Менеджмент и маркетинг в туризме: учебное пособие. Ч. 1. – М.: МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича, 2013. – 189 с. – М.: Руконт, 2012. – Электронный учебник.
3. Маркетинг гостиничных услуг: учебное пособие / М. Турковский. – М.: Руконт, 2012. – Электронный учебник, 294 с.
4. Экономика туризма : учебник / М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хо-рева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 320 с. [Режим доступа <https://cloud.mail.ru/public/3nFh/crLERFbLV>]
5. Брашнов Д.Г. Гостиничный сервис и туризм: учебное пособие / Д.Г. Брашнов. – М.: Инфра-М., 2015. – 224 с.
6. Розанова Т.П. Маркетинг услуг гостеприимства в туризме: учебное пособие. – М.: Ру-конт, 2012. – Электронный учебник, 131 с.
7. Романов В.А. Основы индустрии гостеприимства: учебное пособие /Д.А. Осипов, Д.И. Елканова, Е.В. Сорокина. Гл. 3. – М.: Руконт, 2015. – Электронный ресурс. – 265 с.
8. Уокер Д. Управление гостеприимством. Вводный курс. Учебник. - М.: Юнити-Дана, 2012. – 880 с. Безругченко Ю.В.. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие .-М.: 2009-232 с..
9. Крутик А.Б., Решетова М.В. Предпринимательство в сфере сервиса. Учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования .- М.:2012-207с.
10. Синяева И. М. Маркетинг в коммерции: Учебник/. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2009207с.
11. Журнал «Вестник ИНЖЭКОНа». Серия Экономика.
12. Журнал «Гостиница и ресторан»
13. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом»
14. Журнал гостиничного бизнеса и индустрии гостеприимства «Отель»
15. [www.hbr-russia.ru](http://www.hbr-russia.ru) - Журнал Harvard Business Review - Россия.

**г) Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.marketing.spb.ru>
2. <http://21.ru/firms/> (число означает номер информации по запрашиваемому региону).
3. <http://www.rc.ram.ru/questions/links.html>.
4. <http://www.lycos.com>
5. <http://www.yahoo.com>
6. [www.aup.ru](http://www.aup.ru)
7. [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
8. [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)
9. [www.edu.ru](http://www.edu.ru)
10. [www.businessvoc.ru](http://www.businessvoc.ru)



11. [www.businesspress.ru](http://www.businesspress.ru)

12. [www.window.edu.ru](http://www.window.edu.ru)

#### г) методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

13. Методические указания по подготовке сообщений и докладов для бакалавров / Е.В. Копытина. – М.: электронная библиотека МГИИТ. – 2014.;
14. Методические указания по подготовке к интерактивным занятиям, деловым играм / Е.В. Копытина. – М.: электронная библиотека МГИИТ. – 2014.;
15. Методические указания по работе с литературой, источниками сети Интернет / Е.В. Копытина. – М.: электронная библиотека МГИИТ. – 2014.

#### 4.4 Общие требования к организации образовательного процесса

Для закрепления теоретических знаний и приобретения необходимых практических навыков профессиональным модулем предусмотрены практические занятия, которые проводятся после изучения соответствующей темы и закрепляются самостоятельной внеаудиторной работой студентов по рекомендуемым преподавателем источникам.

Для развития навыков самостоятельной работы предусмотрена организация самостоятельной работы студентов на занятиях при освоении нового материала посредством работы с учебниками.

При выполнении практических заданий студентам оказываются консультации.

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.

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

#### 4.5 Кадровое обеспечение образовательного процесса

**Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:** высшее образование, соответствующее профилю изучаемых модулей; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: высшее профессиональное образование, соответствующее профилю изучаемых модулей; опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.



## 5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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"> <li>- правильность выявления спроса на гостиничные услуги;</li> <li>- правильность проведения сегментации рынка, выявления параметров сегментирования и целевого рынка;</li> <li>- правильное выявление особенностей поведения потребителей;</li> <li>- грамотное общение с потребителем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги, в т.ч. на иностранном языке</li> </ul>	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:  <ul style="list-style-type: none"> <li>- при выполнении и защите результатов практических занятий;</li> <li>- при выполнении работ на производственной практике;</li> </ul>
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильность позиционирования гостиничного продукта;</li> <li>- грамотность выбора оптимальных методов формирования спроса и продвижения услуг индустрии гостеприимства;</li> </ul>	



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка качественного анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов;</li> <li>- полнота и грамотность анализа информации о рынке гостиничных услуг и создания базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков;</li> <li>- правильность выбора средств распространения рекламных материалов;</li> <li>- правильность выбора техники и приёмов эффективного общения с гостем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги, в т.ч. на иностранном языке;</li> <li>- грамотность выбора целесообразности применения средств и методов маркетинга, выбора и использования наиболее рациональные из них</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю</li> </ul>
<p>ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- точность и правильность определения конъюнктуры рынка;</li> <li>- правильность оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта;</li> <li>- правильность оценки качества гостиничного продукта;</li> <li>- грамотность оформления документов по качеству</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- при выполнении и защите результатов практических занятий;</li> <li>- при выполнении работ на производственной практике;</li> </ul>
<p>ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- грамотность разработки гостиничного продукта в соответствии с запросами потребителей;</li> <li>- правильность определения характеристик и оптимальной номенклатуры услуг;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по</li> </ul>





	<ul style="list-style-type: none"> <li>- точность и грамотность расчёта стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;</li> <li>- точность и грамотность расчёта себестоимости и стоимости гостиничного продукта;</li> <li>- правильность определения жизненного цикла услуги гостиницы; - правильность выбора информации о ценах и ценовой политике конкурентов;</li> <li>- грамотность составления рекламных текстов об услугах гостиницы; - правильность выбора средств распространения рекламы,</li> <li>- правильность определения эффективности рекламы;</li> <li>- полнота и грамотность формирования базы данных и различных информационных ресурсов; - грамотность общения с потребителем в процессе разработки комплекса маркетинга и спроса, в т. ч. на иностранном языке;</li> <li>- правильное использование техники и приёмов эффективного общения с гостями, деловыми партнёрами и коллегами</li> </ul>	<p>модулю</p>
<p>ПК 4.5 Принимать участие в проведении маркетинговых исследований.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование маркетинговых исследований при разработке гостиничного продукта в соответствии с запросами потребителей;</li> <li>- использование маркетинговых исследований при расчёте стоимости проживания, питания, транспортного и</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- при выполнении и защите результатов практических занятий;</li> <li>- при выполнении</li> </ul>



	<p>экскурсионного обслуживания;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализе и проведение маркетинговых исследований рынка гостиничных услуг для грамотного расчёта себестоимости и стоимости гостиничного продукта;</li> <li>- проведение маркетинговых исследований о ценах и ценовой политике конкурентов рынка;</li> <li>- грамотность составления рекламных текстов об услугах гостиницы;</li> <li>- правильность выбора средств распространения рекламы,</li> <li>- правильность определения эффективности рекламы;</li> <li>- грамотность общения с потребителем в процессе разработки комплекса маркетинга и спроса, в т. ч. на иностранном языке;</li> </ul>	<p>работ на производственной практике;</p> <p>при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю</p>
--	---	---

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

<b>Результаты          (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<p>- точность аргументации и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии; - способность проявлять активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности, участвуя в студенческих конференциях, профессиональных конкурсах и т. д.;</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы: - при выполнении и защите результатов практических</p>



	- наличие положительных отзывов по итогам учебной практики	занятий; - при выполнении работ на производственной практике; -при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- точность и правильность выбора применения рациональных методов и способов решения профессиональных задач в области контроля качества продукции и услуг; - полнота оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы: - при выполнении и защите результатов практических занятий; - при выполнении работ на производственной практике; -при проведении контрольных работ, зачётов, экзаменов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- принимать стандартные и нестандартные решения при подготовке и проведении производственного контроля на предприятии индустрии гостеприимства; - принимать стандартные и нестандартные решения в процессе идентификации продукции и услуг	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности	



ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<ul style="list-style-type: none"> <li>– взаимодействие с обучающимися, преподавателями, руководителями и кураторами практики в ходе обучения</li> </ul>	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за	<ul style="list-style-type: none"> <li>– самоанализ и коррекция результатов собственной работы;</li> <li>– проявление ответственности за</li> </ul>	
результат выполнения заданий	работу подчинённых, результат выполнения заданий	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<ul style="list-style-type: none"> <li>– планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня</li> </ul>	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;</li> <li>– анализ инноваций в области продаж гостиничного продукта</li> </ul>	