

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ДИЗАЙНА»**

ИНЖЕНЕРНАЯ ШКОЛА ОДЕЖДЫ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

«30» 06 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МДК.04.01

(Код дисциплины)

Организация продаж гостиничного продукта

(Наименование дисциплины)

Цикловая комиссия: Общепрофессиональных дисциплин 02

Специальность: 43.02.11 Гостиничный сервис

Квалификация: Менеджер

Программа подготовки: Базовая подготовка

План учебного процесса

Составляющие учебного процесса		Очное обучение	Очно-заочное обучение	Заочное обучение
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и самостоятельная работа обучающихся (часы)	Максимальная учебная нагрузка	336		
	Обязательные учебные занятия	234		
	Лекции, уроки	148		
	Практические занятия, семинары	86		
	Лабораторные занятия			
	Курсовой проект (работа)			
	Самостоятельная работа (в т.ч. консультации)	102 (24)		
Формы контроля по семестрам (номер семестра)	Экзамен	-		
	Дифференцированный зачет	1		
	Контрольная работа	2,3		
	Курсовой проект (работа)	-		

**Санкт-Петербург
2020**

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по соответствующей специальности

и на основании учебного плана № 20-02-1-28, 19-02-1-28

1. ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Место преподаваемой дисциплины в структуре ППССЗ

Самостоятельная Обязательная Общий гуманитарный и социально-экономический учебный цикл
Часть модуля Вариативная Математический и общий естественнонаучный учебный цикл
Профессиональный учебный цикл

Профессиональный модуль:

ПМ.04

Продажи гостиничного продукта
(Индекс модуля) (Наименование профессионального модуля)

1.2. Цель дисциплины

Сформировать компетенции обучающегося в области продаж гостиничного продукта и развивать умения применять полученные знания на практике.

1.3. Задачи дисциплины

- Рассмотреть требования, предъявляемые к гостиницам разных категорий.
- Сформировать компетенции, связанные с использованием **продаж гостиничного продукта**, необходимые для квалифицированной профессиональной деятельности в качестве менеджера на предприятиях сферы гостеприимства.

1.4. Компетенции, формируемые у обучающегося в процессе освоения дисциплины

Общекультурные: (ОК)

- Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес (ОК 1)
- Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. (ОК 2)
- Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. (ОК 3)
- Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. (ОК 4).
- Использовать информационно - коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. (ОК 5)
- Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. (ОК 6)
- Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. (ОК 7)
- Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. (ОК 8)
- Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. (ОК 9)

Профессиональные: (ПК)

- Выявлять спрос на гостиничные услуги. (ПК 4.1)
- Формировать спрос и стимулировать сбыт, (ПК 4.2)
- Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг, (ПК 4.3)
- Принимать участие в разработке комплекса маркетинга (ПК 4.4).

1.5. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- Иметь практический опыт:
- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта; (ПК 4.1)
 - разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулирования сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов; (ПК 4.2)
 - выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации; (ПК 4.3)

- участия в разработке комплекса маркетинга; (ПК 4.4)

- Уметь:
- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги; (ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 7, ПК 4,1)
 - проводить сегментацию рынка; (ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 7, ПК 4,2)
 - разработать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определить его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг; (ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 4,3)
 - оценить эффективность сбытовой политики; (ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 7, ПК 4,3)
 - выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность; (ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 4,4)
 - формулировать содержание рекламных материалов; (ОК 3, ОК 4, ОК 5, ПК 4,4)
 - собирать и анализировать информацию о ценах; (ОК 3, ОК 4, ОК 5, ПК 4,4)
- Знать:
- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг; (ОК 1, ОК 5, ОК 8)
 - гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования; (ОК 4, ОК 5)
 - особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия; (ОК 1, ОК 4, ОК 5)
 - потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом; (ОК 5, ОК 6, ОК 7)
 - методы изучения и анализа предпочтений потребителя; (ОК 5, ОК 6, ОК 7)
 - потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения; (ОК 5, ОК 6, ОК 7)
 - последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта; (ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8)
 - формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице; (ОК 1)
 - особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; (ОК 1)
 - специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок; (ОК 1, ОК 5)
 - специфику рекламы услуг гостиницы и гостиничного продукта. (ОК 1, ОК 5)

1.6. Дисциплины (модули, практики) ППССЗ, в которых было начато формирование компетенций, указанных в п.1.4:

Дисциплина базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования

2.СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
<p>Тема 1. Предмет и задачи дисциплины. Основы маркетинга услуг. Основные понятия маркетинга. Функции маркетинга: аналитическая, производственная, сбытовая и коммуникативная. Спрос, предложение, рынок. Спрос, предложение, рынок. Маркетинговый комплекс. Субъекты и объекты маркетинговой деятельности. Средства маркетинга, маркетинговые исследования. Услуга: понятие, основные характеристики, классификация. Маркетинг услуг. Особенности гостиничных услуг. Состояние рынка гостиничных услуг. Тенденции, происходящие на рынке гостиничных услуг. Перспективы развития рынка гостиничных услуг.</p>	30		
<p>Тема 2. Гостиничный продукт. Гостиничный продукт: понятие, составляющие, методы формирования. Виды гостиничных продуктов. Понятие гостиничного продукта. Роль и место гостиничного продукта в сфере услуг. Классификация гостиничных продуктов.</p>	26		

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Гостиничные услуги: основные, дополнительные, сопутствующие. Ассортиментные группы гостиничных продуктов. Роль и место организации продаж в сфере гостиничных услуг, как объекта исследования. Современные тенденции развития технологии продаж в мировой индустрии гостеприимства.			
Текущий контроль (устный опрос)	4		
Консультации	4		
Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)	2		
Итого за 1 семестр	66		
Тема 3. Нормативно-правовое регулирование в гостиничном бизнесе. Нормативно-правовое регулирование сервисной деятельности. Стандартизация и сертификация гостиничных услуг. Классификация гостиниц и номеров. Номерной фонд. Структура номерного фонда. Управление номерным фондом. Службы гостиниц и их основные характеристики. Организационная структура предприятия. Служба маркетинга в гостинице.	16		
Тема 4 Конкурентоспособность гостиничного предприятия. Конкурентоспособность гостиничных предприятий. Качество гостиничных услуг и категоризация гостиничных предприятий. Проблемы поддержания качества услуг и конкурентоспособности гостиницы. Стандарты качества. Управление качеством. Оценка конкурентоспособности гостиничных предприятий.	16		
Текущий контроль (устный опрос)	4		
Консультации	4		
Промежуточная аттестация по дисциплине (контрольная работа)	2		
Итого за 2 семестр	42		
Тема 5. Торговая политика гостиничного предприятия Информационное обеспечение маркетинговой деятельности. Цена и ценообразование гостиничного продукта. Анализ ценовых предложений. Маркетинговые исследования. Жизненный цикл гостиничных продуктов: этапы, маркетинговые мероприятия. Система продаж гостиничных продуктов. Особенности торговой политики и управления продажами в гостиничном бизнесе, ориентированные на клиента. Клиентоориентированный менеджмент продаж и его социально-экономическое значение. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Основные средства формирования спроса и стимулирования сбыта: реклама, личные продажи, паблик рилейшнз, ярмарки и выставки. Специфика рекламы гостиничных услуг и продуктов. Характеристика средств распространения рекламы. Критерии выбора рекламных средств, в соответствии с целевым сегментом. Правила рекламы. Правовое регулирование рекламы. Бюджет рекламы. Эффективность рекламы. Стимулирование спроса: понятие, цели, методы. Паблик рилейшнз: понятие, цели, методы и средства. Техника личных продаж. Организация и проведение рекламных кампаний. Применение рекламы для продвижения гостиничных услуг. PR-деятельность гостиничного предприятия.	50		
Тема 6. Организация продаж гостиничного продукта. Сегментация рынка, позиционирование гостиничных услуг. Разработка комплекса маркетинга. Сегментирование рынка и позиционирование гостиничного продукта. Цели сегментирования, основные принципы. Критерии сегментирования рынка. Выявление целевых покупательских сегментов. Описание модели поведения целевых покупателей. Характеристика покупателей и процесс принятия решения о покупке гостиничных продуктов. Позиционирование гостиничного продукта в соответствии с целевым сегментом. Методические основы изучения организации агентской продажи гостиничного продукта. Формы организации и основные направления исследований агентской продажи. Определение критериев эффективности организации агентской продажи гостиничного продукта. Организация личной продажи гостиничного продукта. Процедуры и операций	52		

Наименование и содержание тем и форм контроля	Выделяемое время (часы)		
	очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
агентской продажи гостиничного продукта. Инновационные методы обеспечения роста продаж гостиничных продуктов и услуг на смежных рынках: «Check-Up» и Cross-selling - программы и др.			
Текущий контроль (устный опрос)	4		
Консультации	10		
Промежуточная аттестация по дисциплине (контрольная работа)	2		
Итого за 3 семестр	118		
Тема 7. Организация продаж гостиничного продукта туроператором. Виды организации продаж туроператора на рынке гостинично-ресторанных услуг. Процедуры и операции продаж гостиничного продукта туроператором. Определение критериев эффективности продаж гостиничного продукта туроператором. Классификация клиентов туроператора и целевые контактные аудитории. Целевые контактные аудитории и классификация клиентов турагентств. Основные тенденции и методы анализа лояльности клиентов турагентств и разработка программы повышения лояльности в сфере продаж гостиничного продукта. Контакты с клиентом предприятия размещения и их использование для формирования универсального канала сбыта. Cross-selling в процессе продажи гостиничных услуг. Развитие рыночного сегмента медицинского туризма и оздоровительного туризма. Развитие рыночных сегментов конгрессного и событийного туризма. Развитие рыночного сегмента образовательного туризма. Развитие рыночного сегмента самодетельного туризма.	98		
Текущий контроль (устный опрос)	6		
Консультации	6		
Итого за 4 семестр	110		
ВСЕГО:	336		

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

3.1. Лекции

Номера изучаемых тем	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра
Тема 1.	1	20				
Тема 2.	1	20				
Тема 3.	2	10				
Тема 4.	2	10				
Тема 5	3	24				
Тема 6	3	24				
Тема 7	4	40				
ВСЕГО:		148				

3.2. Практические и семинарские занятия

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 1	Практическая работа 1. Основные понятия маркетинга. Текущий контроль	1	2				
Тема 1	Практическая работа 2.						

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
	Особенности маркетинга услуг. Текущий контроль.	1	2				
Тема 2	Практическая работа 3. Классификация гостиничных продуктов.	1	2				
Тема 2	Практическая работа 4. Промежуточная аттестация (Дифференцированный зачёт).	1	2				
	Итого за 1 семестр	1	8				
Тема3	Практическая работа 5. Классификация гостиниц и номеров.	2	2				
Тема3	Практическая работа 6. Организационная структура гостиничного предприятия. Текущий контроль	2	2				
Тема 4	Практическая работа 7. Показатели качества услуг.	2	2				
Тема 4	Практическая работа 8. Промежуточная аттестация (Контрольная работа).	2	2				
	Итого за 2 семестр	2	8				
Тема 5	Практическая работа 9. Расчет цены на услугу.	3	2				
Тема 5	Практическая работа 10. Анализ цен на гостиничные услуги.	3	2				
Тема 5	Практическая работа 11. Анализ этапов жизненного цикла гостиничных продуктов.	3	2				
Тема 5	Практическая работа 12. Маркетинговое исследование потребителей.	3	2				
Тема 5	Практическая работа 13. Маркетинговое исследование предложения гостиничных услуг.	3	2				
Тема 5	Практическая работа 14. Анализ ассортиментных групп. Текущий контроль	3	2				
Тема 5	Практическая работа 15. Клиентоориентированность. Формирование навыков общения.	3	2				
Тема 6	Практическая работа 16. Методы стимулирования сбыта.	3	2				
Тема 6	Практическая работа 17. Методы анализа лояльности.	3	2				
Тема 6	Практическая работа 18. Мероприятия стимулирования сбыта.	3	2				

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 6	Практическая работа 19. Разработка рекламной компании.	3	2				
Тема 6	Практическая работа 20. Сегментация потребителей гостиничных услуг.	3	2				
Тема 6	Практическая работа 21. Анализ покупателей и клиентов.	3	2				
Тема 6	Практическая работа 22. Технология прямых продаж.	3	2				
Тема 6	Практическая работа 23. Промежуточная аттестация (Контрольная работа).	3	2				
	Итого за 3 семестр	3	30				
Тема 7	Практическая работа 24. Процедуры и операции продаж.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 25. Технологии личных продаж.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 26. Анализ предложений гостиничных услуг.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 27. Рынок туроператоров.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 28. Рынок турагентов.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 29. Рынок турагентов и туроператоров Санкт-Петербурга.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 30. Анализ продаж.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 31. Целевая контактная аудитория.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 32. Факторы мотивации целевых групп.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 33. Классификация клиентов турагентств.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 34. Методы определения лояльности гостя.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 35. Программы повышения лояльности гостя.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 36. Каналы сбыта гостиничного продукта.	4	2				
Тема 7	Практическая работ 37. Договорная политика туроператоров.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 38. Договора элонтмента и комитмента.	4	2				

Номера изучаемых тем	Наименование и форма занятий	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Тема 7	Практическая работа 39. Агентский договор.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 40. Cross-selling в процессе продажи гостиничных услуг.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 41. Анализ покупателей и клиентов.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 42. Технология прямых продаж.	4	2				
Тема 7	Практическая работа 43. Технология работы с возражениями.	4	2				
	Итого за 4 семестр	4	40				
	ВСЕГО:		86				

3.3 Лабораторные занятия. Не предусмотрены

4. КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Не предусмотрено

5. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Номера тем, по которым проводится контроль	Форма контроля знаний	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
		Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во	Номер семестра	Кол-во
Тема 1,2,	Устный опрос	1	2				
Тема 3, 4	Устный опрос	2	2				
Тема 5,6	Устный опрос	3	2				
Тема 7	Устный опрос	4	2				

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Усвоение теоретического материала	1	6				
Подготовка к практическим занятиям	1	6				
Подготовка к дифференцированному зачету	1	2				
Итого 1 семестр		14				
Усвоение теоретического материала	2	4				
Подготовка к практическим занятиям	2	4				
Подготовка к контрольной работе.	2	2				
Итого 2 семестр		10				
Усвоение теоретического материала	3	12				
Подготовка к практическим занятиям	3	14				
Подготовка к контрольной работе.	3	4				
Итого 3 семестр		30				
Усвоение теоретического материала	4	12				

Виды самостоятельной работы обучающегося	Очное обучение		Очно-заочное обучение		Заочное обучение	
	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)	Номер семестра	Объем (часы)
Подготовка к практическим занятиям	4	12				
Итого 4 семестр		24				
ВСЕГО:		78				

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

7.1. Характеристика видов и используемых активных и интерактивных форм занятий

Краткая характеристика вида занятий	Используемые активные и интерактивные формы	Объем занятий в активных и интерактивных формах (часы)		
		очное обучение	очно-заочное обучение	заочное обучение
Лекции, уроки: Обеспечивают теоретическое изучение дисциплины; излагается основное содержание курса "Организация продаж гостиничного продукта", владение системой максимальных знаний о продажах в гостиничном бизнесе и формирование фундаментальных теоретических знаний и практических навыков планирования, организации и управления сбытовой деятельностью гостиничного предприятия; а также информирование обучающихся о механизме технологий продаж гостиничного продукта, особенностях покупательского поведения.	проблемная лекция, лекция-презентация, лекция-диалог.	20		
Практические занятия, семинары: Разъясняются теоретические положения курса «Организация продаж гостиничного продукта»; обучающиеся овладевают навыками работы организации внутреннего маркетинга гостиничного предприятия и построения взаимоотношений с покупателями; особенностей современных технологий продаж; методами оценки производительности продаж.	Поиск вариантов решения поставленных задач	10		
Лабораторные занятия: Не предусмотрены				
ВСЕГО:		30		

7.2. Балльно-рейтинговая система оценивания успеваемости и достижений обучающихся Перечень и параметры оценивания видов деятельности обучающегося

№ п/п	Вид деятельности обучающегося	Весовой коэффициент значимости, %	Критерии (условия) начисления баллов
1	Активность на аудиторных теоретических занятиях,	40	1 семестр Посещение занятия 3 балла, всего 24 занятия, максимум 72 балла. Выполнение практических работ Всего 4 практические работы по 7 баллов за каждую, максимум 28

			<p>2 семестр Посещение занятий 6 баллов за каждое, всего 12 занятий, максимум 72 балла Выполнение практических работ Всего 4 практические работы по 7 баллов за каждую, максимум 28</p> <p>3 семестр Посещение занятий 1 балл за каждое, всего 39 занятий, максимум 39 баллов Выполнение практических работ Всего 15 практических работ по 4 балла за каждую, максимум 61 балл</p> <p>4 семестр Посещение занятий 1 балл за каждое, всего 40 занятий, максимум 40 баллов Выполнение практических работ Всего 20 практических работ по 3 балла за каждую, максимум 60</p>
2	Подготовка и представление устных докладов	20	<ul style="list-style-type: none"> • 50 баллов за доклад на занятии (всего 2 доклада в семестре), максимум 100 баллов
3	Сдача дифференцированного зачета / контрольной работы	40	<ul style="list-style-type: none"> • Дифференцированный зачёт. правильный ответ на устный вопрос - 50 баллов, всего 1 вопрос максимум 50 баллов и одно практическое задание, максимум 50 баллов. • Контрольная работа правильный ответ на устный вопрос - 50 баллов, всего 1 вопрос максимум 50 баллов и одно практическое задание, максимум 50 баллов.
ИТОГО (%):		100	

Перевод балльной шкалы в традиционную систему оценивания

Баллы	Оценка по нормативной шкале
86 - 100	5 (отлично)
75 – 85	4 (хорошо)
61 – 74	
51 - 60	3 (удовлетворительно)
40 – 50	
17 – 39	2 (неудовлетворительно)
1 – 16	
0	

8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Учебная литература

а) основная учебная литература

1. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие для СПО / Л. В. Семенова, В. С. Корнеевец, И. И. Драгилева, В. О. Корионова. — Саратов : Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 86 с. — ISBN 978-5-4486-0600-7, 978-5-4488-0233-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44183.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Кучеренко, И. М. Технология управления персоналом и организация труда на предприятиях гостиничного и туристского бизнеса : учебное пособие / И. М. Кучеренко. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 171 с. — ISBN 978-5-93926-304-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72410.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

б) дополнительная учебная литература

1. Медлик С. Гостиничный бизнес : учебник / Медлик С., Инграм Х.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 240 с. — ISBN 5-238-00792-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71186.html> - Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Уокер Джон Р. Введение в гостеприимство : учебное пособие / Уокер Джон Р.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 735 с. — ISBN 978-5-238-01392-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81747.htm> - Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Уокер Джон Р. Управление гостеприимством. Вводный курс : учебник / Уокер Джон Р.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 879 с. — ISBN 5-238-00990-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81605.html> - Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Коммуникации в гостиничном бизнесе : учебное пособие / составители Л. А. Васильева [и др.]. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 96 с. — ISBN 978-5-4486-0386-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/76813.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

1. Безрукова Н.Л. Технологии обслуживания в гостиничном предприятии : учебно-методическое пособие / Безрукова Н.Л.. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2018. — 192 с. — ISBN 978-5-4263-0663-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/97791.html> - Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Оформление отчетов по практике, курсовых и выпускных квалификационных работ [Электронный ресурс]: методические указания / Сост. Яшнева Л. В. — СПб.: СПбГУПТД, 2019.— 30 с.— Режим доступа: http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2019266

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины

1. Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru>
2. компьютерная справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>
3. Федеральное агентство по туризму [Электронный ресурс], URL: <https://www.russiatourism.ru/>
4. «ProHotel.ru» портал про гостиничный бизнес [Электронный ресурс], URL: <http://spb.prohotel.ru/>
5. «Гостиничный бизнес в России» [Электронный ресурс], URL: <http://turgostinica.ru/>

8.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Программное обеспечение:

Microsoft Windows 10 Pro;
Office Standart 2016

8.5. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Кабинет организации продаж гостиничного продукта.
2. Видеопроектор с экраном
3. Компьютер.

9. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

9.1. Описание показателей, оценочных средств, критериев и шкал оценивания компетенций

9.1.1. Показатели оценивания компетенций и оценочные средства

Коды компетенций	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
ОК 1.	Демонстрирует интерес к профессии менеджера гостиничного сервиса	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (36 вопросов)
ОК 2.	Выбирает, применяет и обосновывает методы и способы определения категории гостиницы. Демонстрирует эффективность и качество выполнения профессиональных задач	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (36 вопросов)
ОК 3.	Демонстрирует способность принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (36 вопросов)
ОК 4.	Осуществляет эффективный поиск необходимой информации в области международного гостиничного дела, использует различные источники, включая электронные.	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (36 вопросов)
ОК 5.	Владеет информационной культурой, анализирует и оценивает информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (36 вопросов)
ОК 6.	Работает в коллективе и команде, эффективно общается с обучающимися и преподавателями при освоении дисциплины.	Вопросы для устного собеседования	Перечень вопросов для устного собеседования (36 вопросов)
ОК 7.	Проявляет ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. Демонстрирует навыки работы в коллективе.	Вопросы для устного собеседования.	Перечень вопросов для устного собеседования (36 вопросов)
ОК 8.	Определяет задачи профессионального и личного развития, занимается самообразованием, планирует продолжение образования по выбранной специальности.	Вопросы для устного собеседования.	Перечень вопросов для устного собеседования (36 вопросов)
ОК 9.	Демонстрирует способность ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. Проявляет интерес к изменениям законодательства в области гостеприимства.	Вопросы для устного собеседования.	Перечень вопросов для устного собеседования (10 вопросов)
ПК 4.1.	Демонстрирует способность выявлять спрос на гостиничные услуги: разрабатывает анкеты, опросные листы, ведет документацию на электронных и бумажных носителях.	Вопросы для устного собеседования. Практические задания.	Перечень вопросов для устного собеседования (36 вопросов) Сборник практических заданий (по вариантам)
ПК 4.2.	Демонстрирует умения по формированию спроса и	Вопросы для устного	Перечень вопросов для устного

Коды компетенций	Показатели оценивания компетенций	Наименование оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде УМК цикловой комиссии
	стимулированию сбыта на гостиничные услуги: выбирает оптимальные каналы сбыта гостиничной услуги на конкретном рынке, разрабатывает рекламные слоганы, логотипы, тексты, определяет последовательность разработки рекламной программы.	собеседования. Практические задания	собеседования (36 вопросов) Сборник практических заданий (по вариантам)
ПК 4.3.	Демонстрирует умения по оценке конкурентоспособности гостиничных услуг: анализирует структуру услуг гостиничного предприятия.	Практические задания	Сборник практических заданий (по вариантам)
ПК. 4.4.	Демонстрирует способность принимать участие в разработке комплекса маркетинга гостиничного предприятия: определяет последовательность этапов разработки гостиничного продукта, анализирует жизненный цикл услуги, выбирает методику ценообразования, различает виды тарифов и цен.	Вопросы для устного собеседования. Практические задания	Перечень вопросов для устного собеседования (36 вопросов) Сборник практических заданий (по вариантам)

9.1.2. Описание шкал и критериев оценивания сформированности компетенций

Баллы	Оценка по традиционной шкале	Критерии оценивания сформированности компетенций	
		Устное собеседование	Письменная работа
86 - 100	5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
75 – 85	4 (хорошо)	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
61 – 74		Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
51 - 60	3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит в основном только лекционные материалы, без самостоятельной работы с рекомендованной литературой. Демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки	Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

		или пробелы в знаниях по некоторым темам. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
40 – 50		Ответ неполный, основанный только на лекционных материалах. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
17 – 39	2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
1 – 16		Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Содержание работы полностью не соответствует заданию. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.
0		Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.

9.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки практического опыта, умений и знаний

9.2.1. Перечень вопросов по дисциплине

№ п/п	Формулировка вопросов
1	Основные понятия маркетинга. Функции маркетинга.
2	Понятие гостиничного продукта, его свойства.
3	Маркетинг услуг и его особенности.
4	Виды гостиничных продуктов. Мягкий и твердый гостиничный продукт.
5	Структура гостиничного продукта.
6	Классификация гостиничных продуктов. Основные, дополнительные и сопутствующие услуги.
7	Ассортиментные группы гостиничных продуктов.
8	Ценовая политика гостиничного предприятия.
9	Выявление потребительского предпочтения.
10	Турагент, место и функции в системе продаж гостиничного продукта.
11	Позиционирование и сегментирование гостиничного продукта.
12	Методы маркетингового исследования.
13	Система продаж гостиничных продуктов.
14	Формирование спроса и стимулирование сбыта гостиничного продукта.
15	Туроператор, место и функции в системе продаж гостиничного продукта.
16	Служба маркетинга в гостинице, место и функции.
17	Инновационные методы роста продаж гостиничного продукта.
18	Разработка анкеты выявления лояльности потребителя.

19	Клиентоориентированный менеджмент продаж.
20	Система продаж гостиничных продуктов.
21	Технология работы с возражениями.
22	Маркетинговые исследования продаж гостиничного продукта.
23	Личные продажи гостиничного продукта.
24	Способы продвижения гостиничного продукта.
25	Технология агентских продаж.
26	Каналы сбыта гостиничного продукта.
27	Товарная политика гостиничного предприятия.
28	Тенденции рынка гостиничных услуг.
29	Рынок гостиничных услуг Санкт-Петербурга.
30	Нормативно-правовое регулирование сервисной деятельности.
31	Стандартизация гостиничных услуг.
32	Сертификация гостиничных услуг.
33	Классификация гостиниц.
34	Классификация номеров.
35	Качество гостиничных услуг и категоризация гостиничных предприятий.
36	Жизненный цикл гостиничных продуктов.

9.2.2. Варианты типовых заданий по дисциплине

№ п/п	Условия типовых заданий	Вариант ответа
1	Дайте характеристику рисковым формам взаимодействия туроператоров и отельеров.	Приоритетное бронирование, безотзывное бронирование.
2	Дайте характеристику каналам сбыта гостиничного продукта.	Сайт отеля, GDS, турагенты и туроператоры
3	Дайте характеристику основным сегментам гостей конгресс-отеля.	Организаторы выставок, участники ярмарок, конгрессов, бизнесмены.
4	Предложите вопросы анкеты (не менее пяти) выявления лояльности клиента (не менее пяти).	Предпочтение выбора отеля, номера, длительности пребывания, выбора услуг, формы оплаты.
5	Приведите примеры дополнительных и сопутствующих услуг в зависимости от специфики отеля.	Бизнес-услуги, услуги спортивных и тренажерных залов, спа-услуги, анимация, обмен валюты, прокат офисной техники.

9.2.3. Варианты тем докладов по дисциплине

№ п/п	Темы
1	Позиционирование гостиничного продукта
2	Особенности гостиничного продукта

9.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и практического опыта

9.3.1. Условия допуска обучающегося к сдаче (дифференцированного зачета, контрольной работы) и порядок ликвидации академической задолженности

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (принято на заседании Ученого совета 31.08.2013г., протокол № 1)

9.3.2. Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

устная письменная компьютерное тестирование иная

9.3.3. Особенности проведения (дифференцированного зачета и контрольной работы)

Дифференцированный зачет и контрольная работа проходят в форме устного собеседования, На подготовку отводится 30 минут. Обучающийся не имеет возможности пользоваться справочным материалом. Оценка объявляется по окончании ответа обучающегося.

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ

ПМ.04 <i>(Индекс модуля)</i>	Продажи гостиничного продукта <i>(Наименование модуля)</i>
--	--

1. Составляющие профессионального модуля

Индексы	Наименования дисциплин, междисциплинарных курсов, практик	Объем (часы)
МДК 04.01	Организация продаж гостиничного продукта	336
УП.04.01	Учебная практика, продажи гостиничного продукта	36
ПП.04.01	Производственная практика, продажи гостиничного продукта	144
Общая трудоемкость профессионального модуля		516

2. Цель профессионального модуля

Сформировать компетенции обучающегося в области продаж гостиничного продукта и развивать умения применять полученные знания на практике.

3. Задачи профессионального модуля

- формирование знаний о требованиях, предъявляемых к гостиницам разных категорий.
- формирование умений, связанных с использованием **продаж гостиничного продукта**, необходимых для практической квалифицированной профессиональной деятельности в качестве менеджера на предприятиях сферы гостеприимства.

4. Фонд оценочных средств профессионального модуля предварительно одобрен работодателем

ООО «СИ-УАЙ» Грибоедова Отель Лизинг» г. Санкт-Петербург.
(Полное наименование предприятия / организации, дата экспертизы)