

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Ессентукский центр реабилитации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями
здоровья»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГБПОУ «Ессентукский ЦР»

Е.В. Гогжаева

«30» Февраль 2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ПМ 04 Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы
бронирования и продаж
Специальность 43.02.14 ГОСТИНИЧНОЕ ДЕЛО

г. Ессентуки
2023 г.

Программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 43.02.14 Гостиничное дело (базовая подготовка).

Организация-разработчик:
ГБПОУ «Ессентукский ЦР»

Разработчики:
Синильник Н.Л. - преподаватель

СОГЛАСОВАНО:
Директор-главный врач
ООО Санаторий им. академика
И.П. Павлова

_____/_____
“ ____ ” _____ 202__ г.

М.П.

Рассмотрена и одобрена на заседании
цикловой методической комиссии по специальностям
«Право и организация социального обеспечения»,
«Гостиничное дело», «Юриспруденция»
протокол № _____ от « ____ » _____ 202__ г.
Председатель цикловой методической
комиссии _____ О. А. Ковбунова

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ПАСПОРТ ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 04 «Организация продаж гостиничного продукта»

1.1 Область применения программы

Программа профессионального модуля - является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.14 Гостиничное дело (базовая подготовка) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): организация обслуживания в гостиницах, туристских комплексах и других средствах размещения 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 ее формирование, систему скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 318 часов, включая:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося - 212 часов;
самостоятельной работы обучающегося - 106 часов;
учебной и производственной практики - 90 часа.

1.4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная	Производственная (по профилю специальности)
			Всего	в т.ч. лабораторные работы практические занятия	в т.ч., курсовая работа (проект)	Всего	в т.ч., курсовая работа (проект)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта	318	212	38	-	106	-	-	-
	Производственная практика (учебная и по профилю специальности)	90						54	36
	Всего:	408	212	38		106		54	36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ 04. Продажа гостиничного продукта		212	1,2,3
МДК 04. 01. Организация продаж гостиничного продукта		212	1,2,3
Раздел 1. Становление и развитие гостиничной индустрии Тема 04.01.01. История возникновения и становления гостиничных услуг	Содержание	3	
	1. Первый этап: становление гостиничного дела (от античности до конца XVIII в.)		1
	2. Третий этап: массовое развитие гостиничной индустрии и формирование индустрии гостиничных услуг		1
	Практическое занятие:		
	1. Второй этап: зарождение специализированных предприятий по производству гостиничных услуг.		1
Тема 04.01.02. Современное состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг.	Содержание	7	
	1. Определения, характерные признаки гостиницы.		1
	2. Особенности, показатели эффективного функционирования гостиницы.		1
	3. Развитие гостиничного бизнеса в России		1
	4. Новые и старые подходы в обслуживании, специфика гостиничного сервиса		1
Тема 04.01.03. Организационные структуры гостиничного бизнеса.	Содержание	4	
	1. Модели организации гостиничных цепей: 1. Модель Ритца.		1
	2. Модели организации гостиничных цепей: 2. Модель Кэммонса Уилсона.		
	3. Модели организации гостиничных цепей: 3. Модель Добровольные гостиничные сети.		
	Практическое занятие:		
2. Конкуренция, гостиничные цепи преимущества.			
Тема 04.01.04. Классификация	Содержание	5	

гостиниц.	1.	Определение, признаки классификации.		1
	2.	Национальные классификационные системы: система букв.		1
	3.	Национальные классификационные системы: система «корон».		1
	4.	Национальные классификационные системы: система разрядов.		1,3
	Практические занятия:			
	3.	Национальные классификационные системы: система звёзд.		1
Раздел 2 Тема 04.02.01. Понятие и характеристика гостиничного продукта	Содержание		3	
	1.	Определение, отличительные особенности.		1
	2.	Номенклатура гостиничных услуг определение, виды услуг.		1
	Практические занятия:			
	4.	Методы формирования номенклатуры		
Тема 04.02.02. Влияние особенностей гостиничного продукта на планировку гостиниц.	Содержание		3	
	1.	Признаки различия архитектурных решений		1,2,3
	2.	Принципы при сооружении зданий.		1,2,3
	3.	Функциональное назначение гостиниц		1,2,3
	4.	Технические параметры.		
	5.	Профессиональное поведение персонала.		
Раздел 3 Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием. Тема 04.03.01 Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы.	Содержание		4	
	1.	Распределение – определение, виды сбытовой деятельности.		
	2.	Продвижение – определение, виды.		
	3.	Проспект гостиницы, буклет, фирменные конверты и почтовая бумага-определение, характеристики.		
	Практические занятия		2	
	5.	Многоуровневая интегральная модель		
	6.	Цена- определение, функции.		
Тема 04.03.02 Этапы жизненного цикла гостиничного продукта.	Содержание		5	
	1.	Этапы роста		
	2.	Этапы зрелости		
	3.	Зачет, контрольная работа.		
	4.	Этапы спада.		
	Практические занятия			
	6.	Жизненный цикл продукта -определение, этапы внедрения.		
Тема 04.03.03 Внутренний и внешний маркетинг гостиничного предприятия	Содержание		7	
	1.	Внутренний маркетинг гостиничного продукта.		
	2.	Внешний маркетинг гостиничной деятельности		

	3.	Наружная и внутренняя реклама			
	4.	Управление качеством услуг в гостинице			
	5.	10 принципов для улучшения качества			
	Практические занятия		2		
	7.	Отличительные особенности гостиничного продукта			
	8.	5 подсистем управления качеством работы			
Раздел 4 Сегментация рынка Тема 04.04.01 Понятие и переменные сегментации рынка гостиничных услуг	Содержание		4		
	1.	Сегментация рынка. Понятие			
	2.	Географическая, демографическая сегментация.			
	3.	Психографическая сегментация и сегментация по типу поведения			
	4.	Переменные сегментации рынка гостиничных услуг			
Тема 04.04.02 Методы сегментации	Содержание		4		
	1.	Метод кластерного анализа			
	2.	Функциональные карты			
	3.	Метод определения ключевых факторов			
	4.	Принцип CHAMPS			
	Практические занятия		3		
	9.	Оценка эффективности сегментации			
	10.	Ключевые факторы успеха			
	11.	Метод группирования			
	Раздел 5. Поведение потребителей Тема 04.05.01. Потребители гостиничного продукта и особенности их поведения	Содержание		9	
		1.	Этапы процесса выбора гостиницы: поиск информации; оценка вариантов		
2.		Особенности поведения потребителей гостиничного продукта			
3.		Потребности удовлетворяемые гостиничным продуктом			
4.		Теория мотивации Мак Клеелланда			
5.		Методы изучения и анализ предпочтений потребителя			
Практические занятия		5			
12.		Этапы процесса выбора гостиницы: осознание проблемы			
13.		Этапы процесса выбора гостиницы: Решение о покупке; потребление и реакция на покупку.			
14.		Теория мотивации А. Маслоу			
15.		Теория мотивации Мак Гира			
Тема 04.05.02. Позиционирование как инструмент влияния на сознание потребителей		Содержание		10	
		1.	Позиционирование как инструмент влияния на сознание потребителей		
		2.	Модель abe		

	3	Типы, стратегии, направления позиционирования		
	4	Этапы позиционирования: 2 этап.		
	5.	Этапы позиционирования: 3 этап.		
	6	Этапы позиционирования: 4 этап.		
	Практические занятия		4	
	16.	Отличительные особенности позиционирования		
	17.	Модель XYZ		
	18.	Модель IDU		
	19.	Этапы позиционирования: 1 этап.		
Раздел 6. Конкуренция и конкурентоспособность Тема 04.06.01. Виды, формы и методы конкуренции.	Содержание		11	
	1.	Виды конкуренции.		
	2.	Формы конкуренции.		
	3.	Методы конкуренции.		
	4.	Конкурентные силы: продукты-заменители (субституты)		
	5.	Конкурентные силы: потенциальные конкуренты		
	6.	Конкурентные силы: конкуренция между действующими участниками		
	Практические занятия		5	
	20.	Конкурентные силы: поставщики		
	21.	Конкурентные силы: потребители		
	22.	Дифференцированный зачёт		
	23.	Дифференцированный зачёт		
	24.	Конкурентные преимущества		
	Содержание		20	
	1.	Конкурентоспособность гостиничного предприятия		
	2.	Метод SWOT- анализа: сильные стороны (strengths)		
	3.	Метод SWOT- анализа: возможности (opportunities)		
	4.	Методика М. Портера: будущие цели		
	5.	Методика М. Портера: текущая стратегия		
	6.	Методика М. Портера: представления		
7.	Методика М. Портера: потенциальные возможности			
8.	Конкурентная разведка			
9.	Цели разведывательной деятельности			

	10. Открытая (доступная) информация		
	11. Полузакрытая информация		
	12. Закрытая информация		
	13. Конкурентный шпионаж		
	14. Программа развития гостиницы на ранга гостиничных услуг Москвы		
	15. Сформулировать маркетинговые цели гостиничного предприятия «Отель»		
	Практические занятия	5	
	25. Метод SWOT- анализа: слабые стороны (weaknesses)		
	26. Метод SWOT- анализа: угроза (threats)		
	27. Анализ конкурентов		
	28. Разработать направление конкурентной политики «Отель»		
	29. Разработать конкурентные мероприятия, способствующие успешному позиционированию «Отеля» на рынке гостиничных услуг.		
Тема 04.06.02. Понятие ценовой политики и её специфика в сфере гостиничной индустрии.	Содержание	9	
	1. Ценовая политика		
	2. Системы скидок и надбавок		
	3. Влияние денежных доходов на поведение потребителей		
	4. Сущность и основные элементы сбыта		
	5. Стили руководства: авторитарный стиль		
	6. Стили руководства: демократический стиль руководства		
	7. Стили руководства: либеральный стиль руководства		
	8. Персонал службы сбыта		
	9. Собеседование и интервью		
	Практические занятия	3	
	30. Факторы, влияющие на формирование ценовой политики		
	31. Виды сбыта		
32. Организация службы сбыта гостиницы			
Раздел 7. Организация процесса продаж Тема 04.07.01. Управление продажами в гостиничном предприятии.	Содержание	7	
	1. Управление продажами : 1 этап		
	2. Управление продажами : 2 этап		
	3. Управление продажами : 3 этап		

	4.	Управление продажами : 4,5 этап		
	5.	Стратегия увеличения продаж		
	Практические занятия		2	
	33.	Наиболее распространенные стратегии		
	34.	Наиболее распространенные стратегии		
Тема 03. 07.02 Фактическая ценность гостиничного продукта	Содержание		17	
	1.	Фактическая ценность гостиничного продукта		
	2.	Потребительская ценность гостиничного продукта		
	3.	Формирование уникального торгового предложения		
	4.	Способы формирования уникального торгового предложения		
	5.	Средства распространения рекламы: телевидение		
	6.	Средства распространения рекламы: радио		
	7.	Средства распространения рекламы: газеты и журналы		
	8.	Средства распространения рекламы: реклама в Интернете		
	9.	Формирование содержания рекламных материалов		
	10.	Форма и стиль рекламных материалов		
	11.	Структура рекламного обращения		
	Практические занятия		6	
	35.	Виды печатных рекламных материалов: Информационное письмо		
	36.	Виды печатных рекламных материалов: коммерческое предложение		
	37.	Виды печатных рекламных материалов: информационный лист		
	38.	Виды печатных рекламных материалов: рекламный листок		
39.	Виды печатных рекламных материалов: буклет, проспект			
40.	Виды печатных рекламных материалов: каталог			
Тема 04. 07.03 Творческая составляющая создания печатных рекламных материалов	Содержание		12	
	1.	Творческая составляющая создания печатных рекламных материалов		
	2.	Составляющие текста печатно продукции: заголовок, подзаголовок		
	3.	Составляющие текста печатно продукции: основной текст рекламного объявления		
	4.	Группы шрифтов		
	5.	Иллюстрация в рекламных материалов		
	6.	Оценка эффективности рекламы гостиничных услуг		
	7.	Методы оценки коммуникативной эффективности		
	8.	Коммуникативная эффективность рекламы		
	9.	Экономическая эффективность рекламных мероприятий		

	Практические занятия	3	
	41. Дифференцированный зачет		
	42. Дифференцированный зачет		
	43. Основные виды иллюстраций		
Раздел 8. Политика продвижения Тема 04.08.01. Характеристика инструментов продвижения и их элементы	Содержание	21	
	1. Выставка, спонсорство, брейдинг.		
	2. Технологии ATLi BTL продвижения гостиничных услуг.		
	3. Product Placement		
	4. Вирусный маркетинг		
	5. Партизанский маркетинг		
	6. Скрытый маркетинг		
	7. Формирование лояльности потребителей		
	8. Формирование программы лояльности		
	9. Факты влияющие на формирование лояльности: создание и поддержание импульса		
	10. Факты влияющие на формирование лояльности: обеспечение стабильности		
	11. Факты влияющие на формирование лояльности: постоянная связь		
	12. Факты влияющие на формирование лояльности: впечатляющий результат		
	13. Этапы построение клиентоориентированного предприятия: правильное обращение с работниками		
	14. Этапы построение клиентоориентированного предприятия: правильное руководство		
	Практические занятия	7	
	44. Связи с общественностью (PR)		
	45. Личные продажи		
	46. Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК)		
	47. Лояльность потребителей		
	48. Факты влияющие на формирование лояльности: вовлечение и очарование		
49. Этапы построение клиентоориентированного предприятия: фокусирование на правильной цели			
50. Этапы построение клиентоориентированного предприятия: правильное обращение с потребителями			
Тема 04.08.02 Организация и контроль маркетинга туристской компании	Содержание	17	
	1. Комплекс маркетинга. Маркетинг-микс		
	2. Система маркетингового контроля		

3.	Контролинг в системе маркетинга		
4.	Объекты и субъекты маркетинговой деятельности на рынке туристских услуг		
5.	Внешнеэкономический маркетинг		
6.	Окружающая среда в международном маркетинге		
7.	формы и способы выхода туристской компании на международный рынок		
8.	Специфики международного маркетинга в России		
9.	Сущность маркетинговых коммуникаций		
10.	Целевые аудитории коммуникаций		
11.	Элементы комплекса коммуникаций		
12.	Выбор структуры комплекса коммуникаций		
Практические занятия		5	
51.	Эффективность управления маркетингом компании и пути её повышения		
52.	Основное содержание и цели международного маркетинга		
53.	Стратегия коммуникации в туризме		
54.	Дифференцированный зачёт		
55.	Дифференцированный зачёт		
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 04.		92	1,2,3
1.	Подготовка сообщений «Гостиничный продукт».		
2.	Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.		
3.	Подготовка сообщений «Маркетинг»		
4.	Подготовка сообщений «Инструменты маркетинга»		
5.	Подготовка конспектов.		
6.	Подготовка презентации «Методы сегментации».		
7.	Выполнение домашних заданий;		
8.	Использование методических материалов для составления заявок		
9.	Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.		
10.	Выполнение домашних заданий;		
11.	Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.		
12.	Подготовка сообщений «Конкуренция и её виды».		
13.	Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы.		

Комбинированный дифференцированный зачет	4	
Практика итоговая по модулю (интегрированная): Учебная практика: Виды работ: <ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка эффективности сегментации. Ключевые факторы успеха. 2. Потребители гостиничного продукта и особенности их поведения. 3. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом. 4. Методы изучения и анализа предпочтений потребителей. 5. Виды, формы и методы конкуренции. 6. Конкурентные силы и конкурентные преимущества. 7. Показатели и методы оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия. 8. Анализ конкурентов. 	71	
Дифференцированный зачет	2	
Производственная практика: Виды работ: <ol style="list-style-type: none"> 1. Проанализировано заполнение гостиницы 2. Выявлен спрос на гостиничную услугу 3. Проведен анализ, анкетирование, составлена диаграмма 4. Предоставлена практические рекомендации по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта 5. Сравнение гостиницы с конкурентными предприятиями 6. Рассчитана стоимость турпакета 7. Выявлены основные составляющие конкурентоспособности гостиницы 8. Проанализирован комплекс маркетинга гостиницы 9. Участие в проведении маркетинговых мероприятий 10. Проанализирован внутренний маркетинг гостиницы 11. Проведен сравнительный анализ предложений туроператоров 12. Составлена анкета, распространена среди сотрудников 13. Сделайте вывод, по результатам анкетирования. 14. Составление отчета 	36	

Дифференцированный зачет	2	
Всего	318	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебного кабинета: Гостиничного сервиса. Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся; -рабочее место преподавателя;
- учебно-методический комплекс по профессиональному модулю;
- магнитная доска; -экран.
- стойка регистрации (ресепшн)

Технические средства обучения:

- компьютеры;
- лицензионное программное обеспечение;
- мультимедиапроектор.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Учебники: Е. И. Мазилкина «Организация продаж гостиничного продукта» Альфа-М Инфра –М 2021г.
2. Дополнительные источники
Арбузов А. Ф. География туризма : учебник для студ. сред. проф. образования / А. Ф. Арбузов. – М. : Издательский центр «Академия», 2019. – 160 с.
Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса / С. Медлик. Х. Ингам; [пер. с англ. А. В. Павлов]. – М : ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 239 с.
www.forbestraveler.com. /Hotels.su/
<http://www.travelmole.com>
www.hotelnews.ru
3. Отечественные журналы: «Гостиничное дело»
 1. Еженедельный журнал работников социального обеспечения «Вопросы социального обеспечения», Издательство - «Форгрейфер».
 2. Еженедельный общественно - информационный журнал «Воросы социального обеспечения», Издательство - «Форгрейфер».
 3. Еженедельный журнал осоциальным вопросам «Социальная защита», Издательство - «Социдат».

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике по профилю специальности в рамках профессионального модуля «Организация обслуживания гостей в процессе проживания» является освоение учебного материала для получения комплекса знаний и первичных навыков.

При выполнении самостоятельной работы обучающимся оказываются консультации.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального, соответствующее профилю преподаваемого модуля «Организация обслуживания гостей в процессе проживания»

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: наличие опыта 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.	Организация и выявлять спрос на гостиничные услуги.	<i>Текущий контроль в форме: -практических занятий; -самостоятельной работы; -устного и письменного опроса; -тестирования.</i>
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.	Организация и формировать спрос и стимулировать сбыт.	<i>Комбинированный дифференцированный зачет.</i>
ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.	<i>Защита курсовой работы (проекта).</i>
ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.	Принять участие в разработке комплекса маркетинга.	

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. Знание последних изменений в законодательстве в сфере права социального обеспечения.	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Организация собственной деятельности, определение методов и способов выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<i>Комбинированный дифференцированный зачет.</i>
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области пенсионного обеспечения и социальной защиты. Знание практики применения законодательства.	<i>Защита курсовой работы (проекта).</i>
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Эффективный поиск	
	необходимой информации; использование различных источников, включая электронные; использовать периодические и специальные издания, справочную литературу в профессиональной деятельности.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	Эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников, включая информационно-справочные системы.	
ОК 6. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	Взаимодействие с обучающимися и преподавателями в ходе обучения; правильно организовать психологический контакт.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Самоанализ и коррекция результатов собственной работы.	

<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; информировать граждан и должностных лиц об изменениях в области пенсионного обеспечения и социальной защиты населения.</p>	
<p>ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Следование этическим правилам, нормам и принципам в профессиональной деятельности.</p>	