МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
(ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»)
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) в г. Ялте
Экономико-гуманитарный колледж

УТВЕРЖДАЮ
Зам.директора Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» в г. Ялте
_____ Т.А.Кот
«14» 06 2017

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
МДК 04.01. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

Специальность: 43.02.11 Гостиничный сервис

2017 г.

Рабочая программа МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации

от 07.05.2014 г. № 475

и является составной частью профессионального модуля ПМ.04 Продажа гостиничного продукта основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена, по специальности

43.02.11	Гостиничный сервис,
код	наименование специальности

укрупненной группы специальностей 43.00.00. «Сервис и туризм».

Организация-разработчик: Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» в г. Ялте.

Разработчик: Дубив Наталия Игоревна, преподаватель Экономико-гуманитарный колледж Гуманитарно-педагогической академии (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» в г. Ялте.

Рассмотрена и утверждена на заседании цикловой методической комиссии по подготовке специалистов СПО в сфере гостиничного сервиса и туризма

от «28» мая 2017 г. протокол № 10

Председатель ЦМК по подготовке специалистов СПО в сфере гостиничного сервиса и туризма И. Н. Кузьмич

СОДЕРЖАНИЕ

		стр.
1.	Общая характеристика рабочей программы МДК	4
2.	Структура и содержание	7
3.	Условия реализации программы МДК	11
4.	Контроль и оценка результатов освоения МДК	13

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
МДК 04.01. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

1.1. Цели и задачи и планируемые результаты освоения МДК.

Результатом освоения рабочей программы учебной дисциплины является овладение обучающимися в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис:

1. Общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.
ОК 4.	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

2. профессиональными (ПК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1	Выявлять спрос на гостиничные услуги.
ПК 4.2.	Формировать спрос и стимулировать сбыт.
ПК 4.3.	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
ПК 4.4.	Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.
ПК 4.5.	Принимать участие в проведении маркетинговых исследований.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен **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;
- маркетинговые исследования: понятие, значение, виды, объекты, методы, этапы и правила проведения;
- источники и критерии отбора маркетинговой информации;
- правила составления анкет и опросных листов;

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;
- осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации;
- разрабатывать анкеты и опросные листы;
- составлять отчет по результатам исследования и интерпретировать результаты;

иметь практический опыт:

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора оптимального 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;
- участия в маркетинговых исследованиях.

4. Количество часов, отводимое на освоение МДК

Всего часов – 228
В том числе:
аудиторных занятий – 172
самостоятельная работа – 56
промежуточная аттестация в форме экзамена.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ МДК 04.01. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Формирование и реализация маркетинговой деятельности в гостиничном сервисе			
МДК.04.01. Организация продаж гостиничного продукта			
Тема 1. 1. Субъекты и объекты маркетинговой деятельности гостиничного предприятия	**Лекционное занятие:**	***8***	
	1. Цель и задачи дисциплины. Исторические основы маркетинга. Общие понятия.	*2*	*1*
	2. Сущность маркетинга и его социально-экономическое значение. Концепции маркетинга.	*2*	
	3. Маркетинг туристского и гостиничного продукта.	*2*	
	4. Понятие «жизненного цикла».	*2*	
	Практическое занятие:	***8***	*2, 3*
	1. Туристский продукт в трех уровнях. Практическое задание.	*2*	
	2. Итоговое тестирование. Устный опрос. Защита рефератов.	*2*	
	3. Деловая игра: «Книжная фабрика» 1-3 этап.	*2*	
	4. Деловая игра: «Книжная фабрика» 4-6 этап. Подведение итогов.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***4***	
	Примеры концепций маркетинга. Подготовка доклада: «Жизненный цикл товара/услуги (любой на выбор). Подготовка реферата: «Система социологических исследований в гостиничном бизнесе». Вопросы для самопроверки.	*4*	
Тема 1. 2. Гостиничная индустрия и понятие сервиса	**Лекционное занятие:**	***10***	
	1. Роль и место гостеприимства в сфере услуг. Факторы, влияющие на ее развитие.	*2*	*1*
	2. Современные тенденции развития мировой индустрии гостеприимства.	*2*	
	3. Рынок гостиничных услуг.	*2*	
	4. Индустрия гостеприимства: основные понятия и составные элементы.	*2*	
	5. Специфика гостиничной услуги. Управление качеством в индустрии гостеприимства.	*2*	
	Практическое занятие:	***6***	
	1. Расчет показателей загрузки номерного фонда гостиницы. Опрос по теме.	*2*	*1, 2, 3*
	2. «Цветовые решения, психология и маркетинг» (презентация). Практическое задание: «Оценка качества услуг в индустрии гостеприимства».	*2*	
	3. Тренинг по качеству обслуживания. Итоговые задания по теме.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***6***	

			Продолжение таблицы
	Анализ дизайна или корпоративного стиля согласно цветовым решениям. Подготовка реферата: «Динамика гостиничной индустрии в России. Гостиничные цепи в России, принципы их формирования». «Влияние гостиничных цепей на совершенствование деятельности гостиничных предприятий». «Современное состояние развития международных гостиничных цепей в России, перспективы развития».	*6*	*1, 2, 3*
Тема 1. 3. Сегментация и позиционирование	**Лекционное занятие:**	***6***	
	1. Изучение потребителей предприятий и их сегментирование.	*2*	*1*
	2. Сегментация рынка гостиничных услуг.	*2*	
	3. Сегментация рынка по различным признакам.	*2*	
	Практическое занятие:	***6***	
	1. Оценка конкурентоспособности предприятия гостеприимства. Практическое задание.	*2*	*2, 3*
	2. Расчет коэффициента загрузки. Письменный опрос по теме.	*2*	
	3. Построение схем позиционирования гостиниц высшего ценового сегмента (на примере г. Москва).	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***6***	
	Подготовка доклада: «Определение предпочтений потребителя». Практическое задание: «Подбор средства размещения». Ознакомление с Антимонопольным законодательством. Подготовка реферата: «Сегментирование гостиничного рынка, характеристика основных признаков сегментации». «Позиционирование гостиничных продуктов и услуг, понятие и значение».	*6*	
Тема 1. 4. Маркетинг как философия и методология современного предпринимательства	**Лекционное занятие:**	***4***	
	1. Характеристика типов маркетинга.	*2*	*1*
	2. Международный маркетинг.	*2*	
	Практическое занятие:	***12***	
	1. Особенности маркетинга гостиничных предприятий. Заслушивание сообщений.	*2*	*1, 2, 3*
	2. Показатели, характеризующие конкурентоспособность гостиницы. Решение задач.	*2*	
	3. Специфика управленческой деятельности. Практическое задание по теме занятия.	*2*	
	4. Планирование и планы. Практическое задание по теме занятия.	*2*	
	5. Организация как управленческая функция. Практическое задание по теме занятия.	*2*	
	6. Служба маркетинга и продаж, структура и функции. Практическое задание: «Изучение структуры и функций службы маркетинга и продаж».	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***2***	
	Подготовка сообщений по психологическим моделям покупательских мотиваций. Подготовка сообщений по моделям кросс-культурного поведения в гостиничном бизнесе. Определение целевых аудиторий коммуникаций.	*2*	
Тема 1. 5. Анализ в системе маркетинга	**Лекционное занятие:**	***12***	
	1. Анализ в системе маркетинга. Цели и объекты анализа. Анализ внутренней среды предприятия.	*2*	*1*
	2. Анализ СВОТ и профиля конкурентоспособности предприятия.	*2*	
	3. Анализ внешней среды (потребителей, партнеров).	*2*	
	4. Анализ конкурентов и конкуренции.	*2*	
	5. Анализ макросреды предприятия.	*2*	
	6. Изучение конъюнктуры рынка.	*2*	
	Практическое занятие:	***8***	

			Продолжение таблицы
Тема 1. 5. Анализ в системе маркетинга	1. Проведение стратегического анализа. Практическое задание: «Точки питания».	*2*	*1, 2, 3*
	2. Анализ макросреды и групп влияния. Матрица PEST анализа.	*2*	
	3. Индикаторы рыночной конъюнктуры. Методы анализа в маркетинге.	*2*	
	4. Разработка стратегии компании. Матрица СВОТ анализа.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***4***	
	Подготовка сообщений: «сегментация клиентов и формирование пакетов гостиничных услуг». Анализ путей выбора посредников в гостиничном бизнесе и организации взаимодействия с ними. Работа с сайтом гостиничного предприятия. Определение конкурентов гостиничного предприятия в целевом сегменте рынка.	*4*	
Тема 1. 6. Маркетинговые исследования рынка, выбор стратегии	**Лекционное занятие:**	***10***	
	1. Информационное обеспечение маркетинга.	*2*	*1*
	2. Методы получения информации для маркетингового исследования.	*2*	
	3. Носители информации для маркетингового исследования.	*2*	
	4. Стратегическое маркетинговое планирование.	*2*	
	5. Выбор и оценка стратегии. Маркетинговое планирование на рынке гостиничных услуг.	*2*	
	Практическое занятие:	***10***	
	1. Методы сбора первичных данных.	*2*	*1, 2, 3*
	2. Метод оценки Mystery Shopping. Разработка плана MS.	*2*	
	3. Позиционирование гостиничных продуктов. Защита докладов.	*2*	
	4. Ключевые направления по составлению планов маркетинга для гостиничных предприятий.	*2*	
	7. Контроль и принятие управленческих решений. Тест: «Ведение переговоров».	*2*	
	5. Тест – «пирамида Маслоу». Итоговое практическое задание.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***6***	
	Подготовка доклада и презентации: "Психологические модели покупательских мотиваций". Подготовка реферата: «Ошибки в управлении жизненным циклом услуги/продукта (на выбор). «Понятие емкости и доли рынка гостиничных услуг». Анализ гостиничного предприятия согласно семи критериям.	*6*	
Тема 1. 7. Ценообразование гостиничного продукта.	**Лекционное занятие:**	***10***	
	1. Цена в комплексе маркетинга. Постановка целей и выбор методов ценообразования.	*2*	*1*
	2. Методы ценообразования. Ценообразование на рынках различных типов.	*2*	
	3. Выбор ценовой стратегии.	*2*	
	4. Политика высокой загрузки. Стратегия высоких цен. Стратегия управления доходами в гостиничной сфере.	*2*	
	5. Тарифная сегментация. Тарифные планы стандартного гостиничного предприятия.	*2*	
	Практическое занятие:	***10***	
	1. Формирование продуктово-рыночной стратегии. Практическое задание: «Разработка комплекса дополнительных услуг как конкурентного преимущества».	*2*	*1, 2, 3*
	2. Формирование ассортиментной политики предприятия. Практическое задание: «Разработка продута-новинки».	*2*	
	3. Практическое задание: «Позиционирование и поощрительные программы».	*2*	
	4. Практическое задание: «Виды спроса. Маркетинговые мероприятия».	*2*	
	5. Практическое задание: «Выявление потребностей целевой группы». Заслушивание докладов.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***8***	

			Продолжение таблицы
	Практическое задание: «Целевой сегмент». «Целевая аудитория». Подготовка реферата: «Независимые и франчайзинговые компании». «Стратегия гостиницы в области товарной политики». Вопросы и задания для самопроверки. Государственная программа поддержки малого предпринимательства. Подготовка доклада и презентации: «Гостиница с системой «все включено» требует новой вечерней программы».	*8*	*1, 2, 3*
Тема 1. 8. Сбытовая политика предприятия	**Лекционное занятие:**	***6***	
	1. Основные понятия и задачи сбытовой политики. Системы сбыта. Выбор системы сбыта.	*2*	*1*
	2. Формирование сбытовой стратегии.	*2*	
	3. Каналы сбыта гостиничных услуг.	*2*	
	Практическое занятие:	***6***	
	1. Исследования удовлетворенности клиентов. Тест – «пирамида Маслоу».	*2*	*1, 2, 3*
	2. Практическое задание: «Классификация потребностей». Дискуссия по теме, заслушивание, докладов.	*2*	
	3. Франчайзинг в системе гостиничного бизнеса. Анализ франчайзинговых компаний в России.	*2*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***6***	
	Подготовка реферата: «Формирование сбытовой стратегии гостиничного предприятия». «Выявление факторов продуктовой политики предприятия». Подготовка презентации: "Сбытовая стратегия гостиниц 5 (3)звезд".	*6*	
Тема 1. 9. Реклама и пропаганда в индустрии гостеприимства	**Лекционное занятие:**	***20***	
	1. Значение, содержание и средства коммуникации.	*2*	*1*
	2. Программа маркетинговых коммуникаций. Функции рекламы.	*2*	
	3. Планирование рекламной компании.	*2*	
	4. Медиа планирование. Расчет основных показателей медиаплана.	*4*	
	5. Оценка эффективности рекламной деятельности.	*4*	
	6. Паблик рилейшинз (PR) в индустрии гостеприимства.	*2*	
	7. Характеристика выставочной деятельности в индустрии гостеприимства	*2*	
	8. Прямая продажа, агентская продажа, корпоративная продажа.	*2*	
	Практическое занятие:	***20***	
	1. Разработка названия, логотипа, фирменного слогана гостиничного предприятия. Практическое задание по теме.	*2*	*2, 3*
	2. Анализ телевизионной рекламы (заслушивание докладов с презентацией).	*2*	
	3. Продвижение туристских дестинаций. Практическое задание по теме.	*2*	
	4. Ошибки в стратегии продаж. «Как понять, что гостиница «застряла в 1985-ом»?	*2*	
	5. Практическое задание: «Составление плана проведения рекламной компании».	*2*	
	6. Анализ конкурентной среды. Анализ влияния факторов, входящих в группу «Ситуация в отрасли». Практическое задание: «Определение потребностей потребителя».	*4*	
	7. Практическое задание: «Стимулирование сбыта: понятие, виды. Выбор средств и методов сбыта». Разработка гостиничного продукта на основе маркетингового подхода.	*6*	
	Самостоятельная работа обучающихся:	***14***	
	Подготовка реферата: «Фирменный стиль гостиничного предприятия и его формирование». «Разработка программ стимулирования сбыта, оценка результатов». «Методы стимулирования сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций. Подготовка доклада и презентация: «Влияние СМИ на потребителя» (доказательные тезисы). «Анализ телевизионной рекламы» (на выбор). «Календарь туристских выставок на 2021 год».	*14*	
	Всего:	**228**	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МДК

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета «Организации продаж гостиничного продукта». Тренинговый кабинет: «Служба продажи и маркетинга».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Организации продаж гостиничного продукта»:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- демонстрационные материалы;
- наглядные пособия (образцы рекламных буклетов, опросных листов, анкет и т.д., практические задания и т.д.).

Технические средства обучения:

- компьютеры с лицензионным программным обеспечением;
- доступ к сети интернет;
- аудиовизуальные средства обучения.

Тренинговый кабинет «Служба продажи и маркетинга».

Рабочие места по количеству обучающихся.

Перечень средств обучения: компьютеры, копировальный аппарат, сканер, принтер, компьютерные программы по организации продаж, комплект бланков договоров продажи, видео фильмы, отражающие содержание профессионального модуля.

Основными средствами обучения являются электронные образовательные ресурсы, плакаты, образцы анкет, опросных листов, рекламных буклетов, фотоматериал на дисках, сайты Интернета.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер; ред. М. Суханова; пер. с англ. Т.В. Виноградовой, А.А. Чеха, Л.Л. Царук. – 7-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 211 с. – Режим доступа: по подписке: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742. Текст: электронный.
2. Цахаев, Р.К. Маркетинг: учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева. – 5-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 550 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573172. Текст: электронный.
3. Голова, А.Г. Управление продажами: учебник / А.Г. Голова. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 279 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495767. Текст: электронный.

4. Джоббер, Д. Продажи и управление продажами=SELLING & SALES MANAGEMENT: учебное пособие / Д. Джоббер, Д. Ланкастер; пер. В.Н. Егоров. – Москва: Юнити, 2015. – 622 с. : табл., граф., схемы – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114548. Текст: электронный.
5. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия: учебник для академического бакалавриата / Л. В. Баумгартен. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 338 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: https://urait.ru/viewer/marketing-gostinichnogo-predpriyatiya-450320#page/1. Текст: электронный.

Дополнительные источники:

1. ЭБС ЮРАЙТ «Biblio-online», [Электронный ресурс] Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для академического бакалавриата / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 218 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/7A988CDD-397E-43CF-A04E-E5ACE416952D.
2. Барышев А.Ф. Маркетинг: учебник СПО / Барышев А.Ф., 4-е издание, стереотипное. Москва, ОИЦ «Академия», 2006. - 208 с. ISBN 5-7695-3251-3.
3. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — 2-е изд., испр. — М.: Издательский центр «Академия», 2005. — 224 с.
4. Гончарова И.В. Г65 Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 224 с.
5. Докашенко Л.В. Экономика и организация конгрессно-выставочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.В. Докашенко. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 164 с. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/54176.html.
6. Грошев И.В. Системный бренд-менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям менеджмента и маркетинга / И.В. Грошев, А.А. Краснослободцев. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 655 с. Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71225.html.

Справочные источники:

1. Федеральный закон "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" от 24.07.2007 N 209-ФЗ. (последняя редакция). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/.
2. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ. (последняя редакция). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/.

3. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/.
4. Федеральный закон "О персональных данных" от 27.07.2006 N 152-ФЗ (последняя редакция). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/.
5. Федеральный закон "О ратификации Конвенции Совета Европы о защите физических лиц при автоматизированной обработке персональных данных" от 19.12.2005 N 160-ФЗ (последняя редакция). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_57153/
6. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» №016 от 05 февраля 2018 года. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_289770/.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ МДК

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Формы и методы оценки результатов освоения МДК
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.	– правильность выявления спроса на гостиничные услуги; – правильность проведения сегментации рынка, выявление параметров сегментирования и целевого рынка; – правильное выявление особенностей поведения потребителей. – грамотность общения с потребителем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги в т.ч. на иностранном языке;	Тестовые задания, устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания.
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.	– правильность определения метода позиционирования гостиничного продукта; – грамотность выбора оптимальных методов формирования спроса и продвижения услуг предприятия питания; – правильность выбора средств распространения рекламных материалов; – правильность выбора техники и приемов эффективного общения с гостем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги в т.ч. иностранном языке;	устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания

	– грамотность выбора целесообразности применения средств и методов маркетинга, выбирать и использовать наиболее рациональные из них;	
ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг	– точность определения конъюнктуры рынка; – правильность оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта; – точность в оценке качества гостиничного продукта; – грамотности оформления документов по качеству;	Тестовые задания, устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи
ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.	– Точность разработки гостиничного продукта в соответствии с запросами потребителей; – правильность определения характеристик и оптимальной номенклатуры услуг; – точность и грамотность расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; – правильность определения жизненного цикла услуги гостиницы; – правильность выбора информации о ценах и ценовой политики конкурентов; – грамотность составления рекламных текстов об услугах гостиницы; – правильность выбора средств распространения рекламы, – Правильность определения эффективности рекламы; – полнота и грамотность формирования базы данных и различных информационных ресурсов; – грамотности использования техники и приемов эффективного общения с гостями, деловыми партнерами и коллегами;	Тестовые задания, устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи
ПК 4.5. Принимать участие в проведении маркетинговых	– полнота и грамотность анализа информации о рынке гостиничных услуг и создания базы данных	устный опрос, ситуационные задания,

исследований.	потребителей, конкурентов, поставщиков; – полнота и качество анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов; – правильность в применении методов сбора и анализа информацию о ценах; – правильность сбора и обработки маркетинговой информации; – правильность и точность в разработках анкет и опросных листов; – точность составления отчетов по результатам исследования; – грамотность и правильность при интерпретации результатов маркетингового исследования; – правильность проведения маркетингового исследования; – правильность выбора источников и определения критериев отбора маркетинговой информации;	практические задания
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– 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.; – наличие положительных отзывов по итогам учебной практики; – активное посещение учебных занятий и практики, консультаций;	устный опрос, ситуационные задания, практические задания
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, определять 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 профессиональной задачи логичность разработки плана написания доклада, курсовой, выпускной квалификационной работ и полнота реализации	письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи

	установленного плана;	
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– разумность оценки ситуаций предложенных преподавателем для выполнения заданий и ситуаций, возникающих в процессе обучения; – правильность выбора подходящей для решения проблемы методики; – четкость конкретных практических действий для решения проблем; – организованность совместной работы для успешного решения проблем в ходе работы на занятиях и выполнения внеаудиторной самостоятельной работы; – настойчивость при решении поставленной задачи; – скорость принятия решения в нестандартных ситуациях;	Тестовые задания, устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи
ОК 4 Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– обоснованность выбора метода поиска информации, включая правильность поискового образа запроса; – скорость поиска информации; – логичность систематизации информации; – соблюдение установленных колледжем требований к оформлению полученных результатов, и творческая интерпретация полученных результатов;	устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	– демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности; – правильность создания, редактирования и сохранения документов в ходе выполнения практических заданий с применением информационных технологий; – качество обмена информации в текстовом и графическом режимах с обучающимися, преподавателями;	письменный опрос, ситуационные задания, практические задания
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством,	– быстрота адаптации в новом коллективе; – грамотность построения конструктивного диалога;	устный опрос, ситуационные задания, практические задания

потребителями	– эффективность управления эмоциями; – активность принятия участия в различных групповых проектах;	
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	– аргументированность постановки целей и задач; – аргументированность убеждения в правильности предлагаемого решения; – организованность учебного процесса; – оперативность координации действий при решении проблем и уровень уверенности в себе; – соблюдение норм и правил, принятых в коллективе; – качественное выполнение обязанностей, предусмотренных Уставом Колледжа для обучающихся;	устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания, задачи
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– рациональность планирования и осуществления деятельности по организации внеаудиторных самостоятельных занятий; – обоснованность постановки цели и задач самообразования; – качество, своевременность и полнота выполнения заданий внеаудиторной самостоятельной работы; – адекватность оценки анализа проделанной самостоятельной работы; – обоснованность выбора высшего учебного заведения, факультета для дальнейшего обучения;	устный опрос, письменный опрос, ситуационные задания, практические задания
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	– выполнение действий с применением новых технологий; – проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	ситуационные задания, практические задания, задачи