

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЮЖНО-САХАЛИНСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЮСПК СахГУ

Е.В. Казанцева
"28" марта 2017 г.

**Аннотация рабочей программы профессионального модуля
ПМ.04 Продажи гостиничного продукта**

1. Область применения программы.

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности среднего профессионального образования 43.02.11 Гостиничный сервис. В части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Продажи гостиничного продукта.

2. Место дисциплины в структуре ППССЗ.

Программа является составной частью профессионального цикла (профессиональные модули) программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис (базовой подготовки).

3. 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.

4. Общая трудоемкость профессионального модуля и формы аттестации.

Вид учебной работы	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Максимальная учебная нагрузка, в том числе:	394 часа	-
обязательная аудиторная учебная нагрузка	263 часа	-
Самостоятельная работа	105 часов	-
Консультации	26 часов	-
Форма контроля	Экзамен	-
Форма аттестации	Квалификационный экзамен	-

5. Содержание профессионального модуля.**МДК.04.01. Организация продаж гостиничного продукта.****Раздел 1. Маркетинг.**

Тема 1.1. Понятие сущности маркетинга, основные категории и тенденции развития.

Тема 1.2. Комплекс маркетинга: создание и управление ценностью.

Раздел 2. Маркетинговые исследования.

Тема 2.1. Организация маркетинговых исследований.

Тема 2.2. Разработка маркетинговых стратегий и планов на основе маркетинговых исследований.

Раздел 3. Основы рекламы и PR.

Тема 3.1. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.

Тема 3.2. Основные понятия связей с общественностью.

Составители: Рогаль Е.А., преподаватель; Круглова Н.Е.

