

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
для студентов по проведению
практических занятий
по профессиональному модулю 04
ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА
МДК 04.01.
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ ГОСТИНИЧНОГО
ПРОДУКТА

43.00.00 СЕРВИС И ТУРИЗМ
по специальности
43.02.11 Гостиничный сервис
(базовый уровень подготовки)

Квалификация: менеджер
Форма обучения: очная

Южно-Сахалинск
2014

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

И.М. Ким

« 06 » ноября 2014 г.

Разработчик(и):

Курсанова Л.Т., преподаватель

(указать Ф.И.О., должность)

Одобрено на заседании ПЦК

Ресурсный сервис,
управление и мониторинг

Протокол № 3 от «06» ноября 2014 г.

Председатель ПЦК

Смирнов В.И.

Согласовано

Л.Т.

подпись

Курсанова Л.Т.

Ф.И.О.

зав. отделением

сопостав-
по компетенции
подготовки

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	4
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 1	8
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 2	9
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 3	10
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 4	12
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 5	13
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 6	13
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 7	15
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 8	16
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 9	17
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 10	18
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 11	18
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 12	19
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 13	20
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 14	21
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 15	22
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 16	22
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 17	23
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 18	25
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 19	26
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 20	27
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 21	27
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 22	28
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 23	29
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 24	30
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 25	31
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 26	32
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 27	33
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 28	34
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 29	35
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 30	36
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 31	37
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 32	38
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 33	39
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 34	40
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 35	40
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 36	41
ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА № 37	41

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящие методические указания по выполнению практических работ предназначены для студентов, обучающихся по ПМ 04 «Продажи гостиничного продукта».

В соответствии с учебным планом на практические работы по специальности 101101 «Гостиничный сервис» отводится 74 часа.

Целью ПМ 04 «Продажи гостиничного продукта» является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков по продажам гостиничного продукта в гостиничных комплексах.

Цель практических занятий - формирование и развитие профессиональных умений и навыков при изучении и анализе потребителей гостиничного продукта, изучении конкурентоспособности гостиниц, разработке комплекса маркетинга.

Выполнение практических работ направлено на закрепление полученных в ходе изучения тем знаний и реализацию выполнения требований к уровню подготовки студентов, использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни.

Практические занятия существенно повышают качество знаний, их глубину, конкретность, оперативность, значительно усиливают интерес к изучению дисциплины, помогают обучающимся полнее осознать практическую значимость финансово-экономических наук.

Практические работы, выполняемые студентами, позволяют им приобрести опыт познавательной и практической деятельности, а также способствуют освоению следующих **общих и профессиональных компетенций** по Федеральному Государственному образовательному стандарту.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

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.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент 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;
- выявлять, анализировать, формировать спрос на гостиничные услуги;
- 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.

Перечень тем и заданий для практических работ

№ п/п	Название темы	Задание для практической работы	Кол-во часов
1.	Расчет рыночных показателей рынка гостиничных услуг	Провести расчет: - емкости гостиничного рынка; - индекса спроса на гостиничные услуги; - показателей рыночной эффективности гостиниц.	2
2	Разработка оптимальной номенклатуры услуг для гостиницы	Составить ассортиментный перечень гостиницы (на выбор по месту прохождения практики). 2. Определить широту товарной номенклатуры. 3. Определить насыщенность ассортиментных групп. 4. Разработать рекомендации по совершенствованию товарной номенклатуры.	2
3.	Анализ конкурентоспособности гостиничного продукта	1. Определить наиболее важные критерии конкурентоспособности гостиничного продукта предприятия, на котором проходили производственную практику. 2. Выбрать технологию оценки определенных факторов конкурентоспособности гостиничного продукта. 3. Рассчитать основные показатели, определите силу их влияния на основные факторы конкурентоспособности гостиничного продукта.	2

4.	Формирование гостиничного продукта на примере конкретной гостиницы	Сформировать гостиничный продукт для конкретной гостиницы	2
5.	Анализ жизненного цикла одной из услуг гостиницы	Провести анализ жизненного цикла одной из услуг гостиницы, используя основные маркетинговые показатели.	2
6.	Определение мотивов поведения потребителей при приобретении гостиничной услуги	Провести исследование гостей гостиницы с целью определения мотивации при приобретении гостиничных услуг.	2
7.	Составление модели покупательского поведения при приобретении гостиничной услуги	Составить модель покупательского поведения при приобретении гостиничных услуг конкретной гостиницы	2
8.	Сбор вторичной маркетинговой информации о конкурентах гостиницы (по выбору)	Собрать и проанализировать вторичную информацию о конкурентах выбранной гостиницы, разработать рекомендации по эффективному сбору вторичной информации о конкурентах.	2
9.	Составление анкет по проблемам исследования	Составить анкету по выбранной проблеме в конкретной гостинице.	2
10.	Изучение и анализ спроса на гостиничные услуги	Выявить и провести анализ спроса на гостиничные услуги на примере конкретной гостиницы.	2
11.	Анализ целевого сегмента гостиницы (на выбор)	Провести сегментацию потребителей рынка гостиничных услуг по основным признакам сегментирования.	2
12.	Составление схемы позиционирования гостиничного продукта для конкретной гостиницы	Составить схему позиционирования гостиничного продукта для целевого сегмента конкретной гостиницы.	2
13.	Составление базовых услуг гостиницы	Составить перечень базовых услуг конкретной гостиницы.	2
14.	Составление пакетных услуг гостиницы	Составить пакет услуг для конкретной гостиницы.	2
15.	Составление схемы каналов распределения для конкретной гостиницы	Сформировать схему канала распределения услуг для конкретной гостиницы.	2
16.	Определение целей и методов ценообразования конкретной гостиницы	Сформировать цели и методы ценообразования для конкретной гостиницы.	2
17.	Расчет тарифов (стоимости) на проживание в гостинице	Рассчитать тарифы на проживание в конкретной гостинице.	2
18.	Расчет фиксированных цен на проживание в гостинице	Рассчитать фиксированные цены на проживание в конкретной гостинице.	2
19.	Освоение методики изменения цены на гостиничные продукты и услуги	Разработать методику изменения цены на гостиничные услуги на основании применения скидок.	2
20.	Анализ ценовой конкуренции гостиниц (по выбору)	Проанализировать особенности ценовой конкуренции гостиниц г. Южно-Сахалинска	2
21.	Анализ ценовой политики конкретной гостиницы	Проанализировать основные этапы ценовой политики конкретной гостиницы.	2
22.	Правовая оценка рекламной деятельности	Дать правовую оценку рекламной деятельности гостиниц г. Южно-Сахалинска на основании ФЗ «О рекламе».	2
23.	Разработка критериев оценки рекламных средств»	Разработать критерии оценки рекламных средств.	2
24.	Анализ сайта гостиницы (по выбору)	Проанализировать сайт конкретной гостиницы на основании определенных критериев.	2
25.	Составление плана рекламной компании гостиничного предприятия	Составить план рекламной компании конкретной гостиницы.	2
26.	Определение целевого сегмента	Определить целевой сегмент, на который будет направлено рекламное сообщение.	2
27.	Разработка рекламного обращения	Разработать рекламное обращение по методу «реклама одной фразой».	2
28.	Анализ эффективности рекламной компании	Проанализировать эффективность рекламной компании конкретной гостиницы.	2
29.	Разработка фирменного стиля	Разработать фирменный стиль конкретной гостиницы	2

	гостиничного предприятия		
30.	Анализ номенклатуры услуг в гостинице (по выбору)	Проанализировать номенклатуру услуг на примере конкретной гостиницы.	2
31.	Разработка комплекса маркетинга для конкретной гостиницы	Разработать комплекс маркетинга для конкретной гостиницы.	2
32.	Формирование стратегии гостиницы (по выбору)	Сформировать стратегию разработки новой услуги для конкретной гостиницы.	2
33.	Составление проекта стратегического плана для гостиницы (по выбору)	Составить проект стратегического плана для конкретной гостиницы.	2
34.	Составление плана маркетинга гостиницы (по выбору)	Составить план маркетинга для конкретной гостиницы.	2
35.	Презентация плана маркетинга гостиничного предприятия	Составить презентацию плана маркетинга конкретной гостиницы.	2
36.	Составление SWOT анализа гостиницы	Составить SWOT анализ конкретной гостиницы.	2
37.	Презентация SWOT анализа конкретной гостиницы	Составить презентацию по теме «SWOT анализ гостиницы.	2
ИТОГО:			74

Методические рекомендации включают в себя:

1. Перечень тем и заданий для практических работ.
2. Методические указания и пояснения по выполнению данных работ.
3. Критерии оценки практических работ.
4. Формы контроля за выполнением данных работ.
5. Литературу, необходимую для выполнения данных работ.

Рекомендуемая литература:

1. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. М.: Академия, 2010.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Ростинтер, 2005.
3. Морозова Н.С., Морозов М.А. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме. М.: Академия, 2010.
4. Сарафанова Е.В. Яцук А.В. Маркетинг в туризме. М.: Альфа–М, ИНФРА–М, 2007.
5. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. М.: Финансы и статистика, 2005

Интернет-ресурсы

1. Основы индустрии гостеприимства [Электронный ресурс]. URL: http://www.redov.ru/nauchnaja_literatura_prochee/osnovy_industrii_gostepriimstva/index.php
2. SmartCat.ru>Marketing/...
3. window.edu.ru>
4. resource/947...Интернет ресурсы.pdf
5. business-digest.livejournal.com/146979.html
6. grebennikon.ru/article-pcvt.html