

Частное учреждение профессионального образования
«Колледж управления и предпринимательства»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

ПМ.04 Продажи гостиничного продукта

**43.02.11 Гостиничный сервис
(базовая подготовка)**

2020 г.

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.11 Гостиничный сервис (базовой подготовки) и Приказа Минобрнауки РФ от 18.04.2013 г. № 291 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования» (в ред. Приказа Минобрнауки России от 18.08.2016 N 1061).

Организация-разработчик: ЧУ ПО «Колледж управления и предпринимательства»

Разработчики:

Смирнова А.Ю., преподаватель ЧУ ПО «Колледж управления и предпринимательства»

РАССМОТРЕНО

на заседании кафедры

«Туризм, гостиничный сервис и экономика»

Протокол № 10 от «04» июня 2020г.

«Согласовано»

Генеральный директор

АО «Гостиничный комплекс «Русь»

Е.В. Алексеева

© ЧУ ПО «Колледж управления и предпринимательства», 2020г.

© Смирнова А.Ю., 2020г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	5
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	6
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	9
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	11

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.11 Гостиничный сервис (базовой подготовки) в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД): **Продажи гостиничного продукта.**

1.2. Цели и задачи учебной практики: формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение первоначального практического опыта по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения учебной практики

В результате освоения программы учебной практики обучающийся должен уметь и иметь первоначальный практический опыт по виду профессиональной деятельности:

ВПД	Умения
Продажи гостиничного продукта	<ul style="list-style-type: none">– 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.
	<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none">– изучения и анализа потребности 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.

1.4. Количество часов на освоение программы учебной практики:

Всего – 72 часа, в том числе:
В рамках освоения ПМ.04 - 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы учебной практики является сформированность у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

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.
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.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план учебной практики

Код ПК	Код и наименования профессиональных модулей, код и наименование МДК	Количество часов на учебную практику по ПМ и соответствующим МДК	Виды работ	Количество часов
1	2	3	4	5
	ПМ.04 Продажи гостиничного продукта			
ПК 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5	МДК 04.01. Организация продаж гостиничного продукта	72	Анализ динамики спроса на данные гостиничные услуги.	6
			Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.	12
			Маркетинговое планирование выбор и оценка стратегии.	6
			Ценообразование в гостиничном бизнесе.	6
			Реклама и пропаганда в гостиничном бизнесе.	6
			Особенности выставочной деятельности в индустрии гостеприимства.	6
			Анализ и формирование спроса на гостиничные услуги.	6
			Формирование программ маркетинга и разработка гостиничного продукта.	6
			Определение номенклатуры услуг с учетом запросов потребителей.	6
			Эффективные средства распространения рекламы.	6
			Создание собственной рекламы продажи гостиничного продукта.	6
			Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета	
Всего часов:		72		

3.2. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и видов учебной практики	Содержание	Объем часов на учебную практику	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Маркетинговая деятельность и перспективы развития индустрии гостеприимства		72	
МДК 04.01. Организация продаж гостиничного продукта		72	
Виды работ: Анализ динамики спроса на данные гостиничные услуги.	Содержание	6	
	1 Изучение гостиничных услуг предприятия гостеприимства (данной гостиницы, отеля).	6	2
	2 Изучение сектора средств размещения и питания предприятия гостеприимства (данной гостиницы, отеля).		2
Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.	Содержание	12	
	1 Изучение сегментации рынка гостиничных услуг предприятия гостеприимства (данной гостиницы, отеля).	12	2
	2 Изучение целевого рынка гостиничных услуг предприятия гостеприимства (данной гостиницы, отеля).		2
	3 Разработка и составление предложений по вопросу позиционирования гостиничных продуктов предприятия гостеприимства (данной гостиницы, отеля)		2
Маркетинговое планирование выбор и оценка стратегии.	Содержание	6	
	1 Изучение характеристик каналов сбыта гостиничных услуг.	6	2
	2 Изучение основных клиентурных групп гостиничных предприятий		2
Ценообразование в гостиничном бизнесе.	Содержание	6	
	1 Информирование гостя о ценах на гостиничные услуги предприятия гостеприимства (данной гостиницы, отеля).	6	2
	2 Изучение особенностей ценообразования в гостиничном бизнесе предприятия гостеприимства (данной гостиницы, отеля).		2

Реклама и пропаганда в гостиничном бизнесе.	Содержание		6	
	1	Изучение типов рекламных сообщений в гостиничном бизнесе.		2
	2	Изучение особенностей формирования фирменного стиля предприятия гостеприимства.	6	2
Особенности выставочной деятельности в индустрии гостеприимства.	Содержание		6	
	1	Изучение особенностей выставочной деятельности предприятия гостеприимства (данной гостиницы, отеля).	6	2
	2	Паблик рилейшнз (PR) в индустрии гостеприимства (данной гостиницы, отеля).		2
Анализ и формирование спроса на гостиничные услуги.	Содержание		6	
	1	Изучение формирования сбытовой стратегии гостиничного предприятия (данной гостиницы, отеля).	6	
Формирование программ маркетинга и разработка гостиничного продукта.	Содержание		6	
	1	Изучение основных клиентурных групп гостиничного предприятия (данной гостиницы, отеля).		
	2	Изучение формирования ассортиментной политики гостиничного предприятия.	6	
Определение номенклатуры услуг с учетом запросов потребителей.	Содержание		6	
	1	Изучение новых гостиничных продуктов и услуг, особенности их внедрения на рынок (данной гостиницы, отеля).	6	
Эффективные средства распространения рекламы.	Содержание		6	
	1	Изучение рекламы и пропаганды в гостиничном бизнесе.		
	2	Изучение особенностей выставочной деятельности в индустрии гостеприимства.	6	
Создание собственной рекламы продажи гостиничного продукта.	Содержание		6	
	1	Изучение рекламной деятельности по продаже и продвижению гостиничных услуг данной гостиницы, отеля.	6	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета				

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы учебной практики предполагает проведение учебной практики в тренинговом кабинете службы продажи и маркетинга.

Оборудование тренингового кабинета службы продажи и маркетинга и рабочих мест:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- мультимедийное оборудование;
- сканер;
- принтер лазерный;
- ПК по количеству обучающихся;
- видеоматериалы.

Учебная практика может проводиться в гостиничных предприятиях/организациях на основе прямых договоров, заключаемых между образовательным учреждением и каждым предприятием/организацией, куда направляются обучающиеся.

4.2. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебная практика проводится концентрированно рамках данного профессионального модуля.

4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Руководство учебной практикой осуществляют преподаватели, имеющие высшее профессиональное образование по профилю специальности, а также работники предприятий/организаций, закрепленные за обучающимися.

Преподаватели должны иметь опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, проходить стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения обучающимися видов работ.

В результате освоения учебной практики в рамках данного профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения, приобретенный первоначальный опыт работы по видам профессиональной деятельности)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. 	<p>Наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной практике.</p> <p>Оценка защиты отчета по учебной практике.</p>
<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучения и анализа потребности 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. 	