

Частное учреждение профессионального образования  
«Колледж управления и предпринимательства»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

**ПМ.04 Продажи гостиничного продукта**

**43.02.11 Гостиничный сервис  
(базовая подготовка)**

2018 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 «07» июня 2018г.

«Согласовано»

Генеральный директор

АО «Гостиничный комплекс «Русь»

Е.В. Алексеева

© ЧУ ПО «Колледж управления и предпринимательства», 2018г.

© Смирнова А.Ю., 2018г.

## СОДЕРЖАНИЕ

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

# 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"><li>– выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;</li><li>– проводить сегментацию рынка;</li><li>– разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;</li><li>– оценивать эффективность сбытовой политики;</li><li>– выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;</li><li>– формулировать содержание рекламных материалов;</li><li>– собирать и анализировать информацию о ценах.</li></ul>
	<p><b>иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>– изучения и анализа потребности потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта;</li><li>– разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;</li><li>– выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;</li><li>– участия в разработке комплекса маркетинга.</li></ul>

## 1.4. Количество часов на освоение программы учебной практики:

Всього – 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
	<b>ПМ.04</b> Продажи гостиничного продукта			
ПК 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5	<b>МДК 04.01.</b> 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
			<b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</b>	
<b>Всего часов:</b>		<b>72</b>		

### 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
<b>Раздел 1.</b> <b>Маркетинговая деятельность и перспективы развития индустрии гостеприимства</b>		<b>72</b>	
<b>МДК 04.01.</b> <b>Организация продаж гостиничного продукта</b>		<b>72</b>	
<b>Виды работ:</b> Анализ динамики спроса на данные гостиничные услуги.	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	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.	<b>Содержание</b>	<b>12</b>	
	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.	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	1 Изучение характеристик каналов сбыта гостиничных услуг.	6	2
	2 Изучение основных клиентурных групп гостиничных предприятий		2
Ценообразование в гостиничном бизнесе.	<b>Содержание</b>	<b>6</b>	
	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.	<b>Содержание</b>		<b>6</b>	
	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.	<b>Содержание</b>		<b>6</b>	
	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.	<b>Содержание</b>		<b>6</b>	
	1	Изучение формирования сбытовой стратегии гостиничного предприятия (данной гостиницы, отеля).	6	
Формирование программ маркетинга и разработка гостиничного продукта.	<b>Содержание</b>		<b>6</b>	
	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.	<b>Содержание</b>		<b>6</b>	
	1	Изучение новых гостиничных продуктов и услуг, особенности их внедрения на рынок (данной гостиницы, отеля).	6	
Эффективные средства распространения рекламы.	<b>Содержание</b>		<b>6</b>	
	1	Изучение рекламы и пропаганды в гостиничном бизнесе.		
	2	Изучение особенностей выставочной деятельности в индустрии гостеприимства.	6	
Создание собственной рекламы продажи гостиничного продукта.	<b>Содержание</b>		<b>6</b>	
	1	Изучение рекламной деятельности по продаже и продвижению гостиничных услуг данной гостиницы, отеля.	6	
<b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</b>				

## **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><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;</li> <li>– проводить сегментацию рынка;</li> <li>– разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;</li> <li>– оценивать эффективность сбытовой политики;</li> <li>– выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;</li> <li>– формулировать содержание рекламных материалов;</li> <li>– собирать и анализировать информацию о ценах.</li> </ul>	<p>Наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной практике.</p> <p>Оценка защиты отчета по учебной практике.</p>
<p><b>Иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучения и анализа потребности потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта;</li> <li>– разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;</li> <li>– выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;</li> <li>– участия в разработке комплекса маркетинга.</li> </ul>	