

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:

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 |
| | 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. | |