Частное профессиональное образовательное учреждение
Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ 04. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж

43.02.14 Гостиничное дело

Квалификация: специалист по гостеприимству

Форма обучения: очная

Вологда - 2021

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии технологии и сервиса
Протокол № 6 от «*03*» февраля 2021 г.
Председатель цикловой комиссии
_____ М.И. Гадаева

Утверждаю
Зам. директора по учебной работе
_____ А.А. Дроздова

Согласовано
Зам.директора по методической работе
_____ А.А. Русина

Организация-разработчик: ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Разработчик: Кадулина С.А., преподаватель высшей квалификационной категории ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж, Федорова А.В., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж, Малинина А.А., преподаватель ЧПОУ Вологодский кооперативный колледж

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС СПО) по специальности 43.02.14 Гостиничное дело

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО и потребностями рынка труда. Рекомендуется для использования в учебном процессе.

Менеджер по работе с клиентами ООО «Деловой мир» _____ Кострикова О.В.
Место работы, должность подпись ФИО

МП

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ .. 15
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 18
5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ .. 21

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж** и соответствующих общих компетенций (ОК):

1. ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам.
2. ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности.
3. ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
4. ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
5. ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
6. ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.
7. ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
8. ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.
9. ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
10. ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

и профессиональных компетенций (ПК):

1. ПК 4.1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.
2. ПК 4.2. Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.
3. ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- в планировании, организации, стимулировании и контроле деятельности сотрудников службы бронирования и продаж;
- в разработке практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- в выявлении конкурентоспособности гостиничного продукта;

- определении эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта.

уметь:

- осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;
- выделять целевой сегмент клиентской базы;
- собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
- ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
- разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
- выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;
- планировать и прогнозировать продажи;
- проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.

знать:

- структуру и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием и взаимосвязи с другими подразделениями гостиницы;
- способы управления доходами гостиницы;
- особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;
- особенности работы с различными категориями гостей;
- методы управления продажами с учётом сегментации;
- способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;
- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
- ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
- принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;
- методы максимизации доходов гостиницы;
- критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
- виды отчетности по продажам.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля по очной форме обучения:

Объем образовательной программы профессионального модуля обучающегося **466** часов, в том числе:

объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем **250** часов, в том числе: самостоятельной работы обучающегося **12** часов; промежуточной аттестации **20** часов;

производственной практики (по профилю специальности) – **216** часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план профессионального модуля по очной форме обучения

Коды компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Объем образовательной программы часов	Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем		
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов
1	2	3	4	5	6
МДК 04.01. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта		**186**	**186**	**72**	
ПК 4.1-4.3 ОК 01-07 ОК 09-11	**Раздел 1. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования**	80	80	20	
	Раздел 2. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы продаж гостиничного продукта	106	106	52	
МДК 04.02. Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации для службы бронирования и продаж		**32**	**32**	**32**	
ПК 4.1-4.3 ОК 01-07 ОК 09-11	**Раздел 1. Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации для службы бронирования и продаж**	32	32	32	
	Самостоятельная работа обучающегося (всего)	**12**			
	Производственная практика (по профилю специальности)	**216**			
	Промежуточная аттестация	**20**			
	Всего:	**466**	**218**	**104**	**-**

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
МДК 04.01. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования и продаж гостиничного продукта		**186**
Раздел 1. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы бронирования		**80**
Тема 1.1 Организация и технология работы службы бронирования	**Содержание учебного материала**	
	1. Роль службы бронирования в цикле обслуживания гостей. Служба бронирования: цели, основные функции, состав персонала.	2
	2. Источники и каналы продаж гостиничного продукта.	2
	3. Виды бронирования. Гарантированное бронирование.	2
	4. Виды бронирования. Негарантированное и двойное бронирование.	2
	5. Способы бронирования мест в гостиницах. Индивидуальное, групповое, коллективное бронирование и их особенности.	2
	6. Расчет стоимости гостиничных услуг.	2
	7. Показатели оценки деятельности гостиницы.	2
	8. Сотрудники службы бронирования: подбор, требования, профессиональные компетенции, качества, функции.	2
	9. Ознакомление с организацией рабочего места службы бронирования.	2
	10. Виды заявок и действия по ним. Формы, бланки заявок на бронирование.	2
	11. Виды оплаты бронирования.	2
	12. Оформление заказов на бронирование номеров. Алгоритм рассмотрения заявок.	2
	13. Аннуляция при гарантированном и негарантированном бронировании.	2
	14. Речевые стандарты при бронировании. Организация и ведение переговорного процесса. Понятие, цели, виды переговоров.	2
	15. Особенности переговоров по телефону, этикет телефонных переговоров.	2
	16. Письменная коммуникация с клиентом.	2
	17. Правила поведения в конфликтных ситуациях с потребителями.	2
	18. Ошибки оператора по бронированию.	2
	Практические занятия	
	1. Организация рабочего места службы бронирования. Оформление и составление заявки на бронирование разными способами.	2

	2. Консультирование потребителей о применяемых способах бронирования.	2
	3. Правила ведения телефонных переговоров с потребителями при бронировании.	2
	4. Правила поведения в конфликтных ситуациях с потребителями при бронировании.	2
Тема 1.2 Документация службы бронирования	**Содержание учебного материала**	
	1. Состав, функции и возможности информационных и телекоммуникационных технологий для обеспечения процесса бронирования.	2
	2. Виды договоров (соглашений) на бронирование.	2
	3. Виды пакетов услуг гостиницы. Основные и дополнительные услуги гостиницы.	2
	4. Формирование программ лояльности клиентов.	2
	5. Отчеты по бронированию.	2
	6. Анализ бронирования с использованием телефона, интернета и туроператора.	2
	7. Анализ бронирования через сайты отелей и системы интернет-бронирования.	2
	8. Анализ бронирования через центральную систему бронирования и GDS и при непосредственном общении с гостем.	2
	9. Принципы взаимодействия службы бронирования и продаж с другими службами гостиницы.	2
	10. Правила и стандарты общения персонала с клиентами.	2
	11. Навыки профессионального общения (вербальное, паравербальное общение).	2
	12. Навыки профессионального общения (невербальное общение).	2
	Практические занятия	
	1. Оформление и составление соглашения о гарантии бронирования. Оформление и составление бланка гарантийного письма.	2
	2. Оформление и составление бланка подтверждения бронирования. Оформление и составление бланка «Отмена бронирования».	2
	3. Оформление и составление бланка гарантированного бронирования ваучером.	2
	4. Оформление и составление бланка изменений в бронировании. Оформление и составление бланка подтверждения и переподтверждения бронирования.	2
	5. Оформление и составление бланка бронирования под гарантию кредитной карты.	2
	6. Процедура аннулирования бронирования.	2
Раздел 2. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы продаж гостиничного продукта		**106**
Тема 2.1. Концепции маркетинговой деятельности в индустрии гостиничного дела	**Содержание учебного материала**	
	1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг. Составные элементы маркетинговой деятельности гостиничного продукта: цели, задачи, принципы, функции, средства маркетинга.	2
	2. Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии. Функционирование службы маркетинга в	2

	гостинице: цели, функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями. Каналы продаж гостиничного продукта	
	3. Понятие и характеристика гостиничного продукта. Номенклатура гостиничных услуг и методы ее формирования. Влияние особенностей гостиничного продукта на планировку гостиниц, на обслуживание клиентов.	2
	4. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса.	2
	5. Субъекты маркетинговой деятельности гостиничного дела.	2
	6. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	2
	7. Конкурентная среда. Понятие, виды и характеристика. Показатели (критерии) конкурентоспособности предприятия сферы гостеприимства.(гостиничного продукта и гостиничной услуги). Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	2
	8. Планирование и управление маркетинговой деятельности в сфере гостеприимства.	2
	Практические занятия	
	1. Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства.	2
	2. Анализ факторов маркетинговой среды предприятия гостиничного сервиса.	2
	3. Анализ STEP-факторов для предприятия сферы гостеприимства.	2
	4. Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды.	2
	5. Разработка критериев оценки конкурентоспособности с предприятиями гостиничного дела и мероприятий ее повышения.	2
	6. SWOT-анализ предприятий гостиничного сервиса.	2
	7. Составление плана маркетинга для предприятий гостиничного сервиса.	2
Тема 2.2. Практический маркетинг. Маркетинговый подход к управлению гостиничным предприятием.	**Содержание учебного материала**	
	1. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства: Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг.	2

	2. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности и перспектив развития рынка гостиничных услуг.	2
	3. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	2
	4. Позиционирование гостиничного продукта. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.	2
	5. Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P).	2
	6. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Основные и Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.	2
	7. Средства удовлетворения потребностей. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом. Методы прогнозирования потребностей на рынке	2
	8. Ценовая политика в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие , сущность виды цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.	2
	9. Сбытовая политика: Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.	2
	Практические занятия	
	1. Сегментирование рынка гостиничных услуг. Оценка эффективности сегментации	2
	2. Решение задач по прогнозированию рынка	2
	3. Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления	2
	4. Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов	2
	5. Деловая игра «Маркетинг в гостинице»	2
	6. Формирование ценовой политики в предприятиях гостиничного сервиса различных категорий	2
Тема 2.3.Коммуникационная политика гостиничного предприятия	**Содержание учебного материала**	
	1. Маркетинговые коммуникации и их характеристика Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Правовая основа рекламы гостиничного продукта.	2

	2. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы.	2
	3. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.	2
	4. PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга.	2
	Практические занятия	
	1. Разработка нового товара (гостиничного продукта)	2
	2. Анализ видов и средств рекламы для предприятий гостиничного дела	2
	3. Разработка элементов фирменного стиля предприятий гостеприимства: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки.	2
	4. Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д..	2
	5. Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия.	2
	6. Создание рекламного ролика гостиничного продукта.	
	7. Определение эффективности рекламы различных видов.	2
	8. Разработка программы продвижения для предприятий гостиничного дела.	2
Тема 2.4. Маркетинговые исследования	**Содержание учебного материала**	
	1. Сущность, цели, принципы, и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства.	2
	2. Основные принципы организации маркетингового исследования. (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.	2
	3. Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения	2
	4. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.	2
	5. Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления.	2

	6. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.	2
	Практические занятия	2
	1. Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет.	2
	2. Отработка навыков составления анкет.	2
	3. Разработка и анализ методов потребительских предпочтений	2
	4. Влияние денежных доходов на поведение потребителей	2
	5. Разработка программ лояльности для клиентов предприятий гостиничного дела	2
МДК 04.02. Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации для службы бронирования и продаж		
Раздел 1. Иностранный язык в сфере профессиональной коммуникации для службы бронирования и продаж.		**32**
Тема 1.1 Речевые стандарты, используемые при бронировании и продажах на иностранном языке	**Содержание учебного материала**	
	Практические занятия	32
	1. Служба бронирования. Структура. Персонал.	2
	2. Процедура бронирования. Отработка лексики в процессе ведения диалогов, связанных с процедурой бронирования.	2
	3. Отработка лексики в процессе ведения диалога: иностранный гость хочет индивидуально забронировать себе номер.	2
	4. Отработка лексики в процессе ведения диалога: иностранный гость хочет индивидуально забронировать себе номер и ряд дополнительных услуг.	2
	5. Отработка лексики в процессе ведения диалога: иностранный гость хочет индивидуально забронировать себе номер и экскурсионные услуги.	2
	6. Отработка лексики в процессе ведения диалога: иностранный гость хочет забронировать несколько номеров для себя и своих друзей в процессе осуществления экскурсионной поездки.	2
	7. Отработка лексики в процессе ведения диалога: представитель иностранной компании хочет забронировать номер категории VIP для своего руководителя.	2
	8. Отработка лексики в процессе ведения диалога: представитель иностранной компании хочет забронировать несколько номеров для своих сотрудников на время их командировки.	2
	9. Отработка лексики в процессе ведения диалога: представитель иностранного туристического агентства хочет забронировать номер для своего клиента.	2
	10. Отработка лексики в процессе ведения диалога: представитель иностранного туристического агентства хочет забронировать несколько номеров для своих клиентов.	2
	11. Заполнение бланков бронирования на иностранном языке. Профессиональные термины и	2

	аббревиатуры, принятые в гостиничной и туристской индустрии.	
	12. Ведение переписки, служебной документации и коммуникаций на иностранном языке при взаимодействии с иностранными гостями; при взаимодействии с руководством и коллегами из других гостиниц международной гостиничной цепи.	2
	13. .Составление ответов на письменные запросы иностранных гостей в ситуациях: иностранный гость пишет, что хочет индивидуально забронировать себе номер; иностранный гость пишет, что хочет забронировать несколько номеров для себя и своих друзей в процессе осуществления экскурсионной поездки.	2
	14. Составление ответов на письменные запросы иностранных гостей в ситуациях: представитель пишет, что иностранной компании хочет забронировать номер категории VIP для своего руководителя; представитель пишет, что иностранной компании хочет забронировать несколько номеров для своих сотрудников на время их командировки;	2
	15. Составление ответов на письменные запросы иностранных гостей в ситуациях: представитель иностранного туристического агентства пишет, что хочет забронировать номер для своего клиента; представитель иностранного туристического агентства пишет, что хочет забронировать несколько номеров для своих клиентов.	2
	16. Составление ответов на письменные запросы иностранного руководства ситуациях, связанных с бронированием и продажами.	2
Самостоятельная работа Работа над учебным материалом, ответы на контрольные вопросы; выполнение заданий по поиску информации на ПК		**12**
Производственная практика. **Виды работ**: – ознакомление с документами, регламентирующими деятельность конкретного гостиничного предприятия и устройством гостиничного предприятия: виды служб, персонал, информационное обеспечение; – организация работы и рабочего места службы бронирования; – осуществление всех видов бронирования; – осуществление подтверждения бронирования; – оформление отчёта по бронированию; – осуществление аннуляцию бронирования; – использование информационные и телекоммуникационные технологии для приема заказов; – оформление и составление бланка гарантийного письма; – оформление и составление бланка подтверждения бронирования, оформление и составление бланка гарантированного бронирования ваучером;		**216**

– оформление и составление бланка изменений в бронировании; – оформление и составление бланка подтверждения и переподтверждения бронирования; – оформление и составление бланка «Отмена бронирования»; – оформление и составление бланка бронирования под гарантию кредитной карты; – оформление формы № 7-Г «Расчеты оплаты за бронирование и проживание по безналичному расчету»; – оформления формы № 10-Г «Заявка на бронирование мест»; – консультирование потребителей о применяемых способах бронирования; – анализ типов маркетинга с учетом рыночной ситуации (на примере предприятия гостиничного сервиса); – анализ факторов маркетинговой среды (на примере предприятия гостиничного сервиса); – анализ PR-мероприятий предприятий сферы гостеприимства; – разработка алгоритма проведения маркетинговых коммуникаций в предприятиях гостеприимства; – разработка алгоритма проведения маркетинговых исследований.	
Промежуточная аттестация	**20**
Всего:	**466**

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов организации деятельности сотрудников службы бронирования и продаж; тренажерный.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; магнитная доска; дидактические пособия; комплект форм, бланков для бронирования.

Технические средства обучения: мультимедиапроектор экран, проектор, программное обеспечение; видеофильмы по различным темам.

Оборудование тренажерного комплекса: стойка приема и размещения гостей с модулем онлайн бронирования.

3.2 Информационное обеспечение обучения

а) Нормативно-правовые акты

1. Российская Федерация. Законы. О безопасности: Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ / Российская Федерация. Законы. – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru.
2. Российская Федерация. Законы. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ / Российская Федерация. Законы. – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru.
3. Российская Федерация. Правительство. Об утверждении Положения о классификации гостиниц : Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1860 / Российская Федерация. Правительство – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru.
4. Российская Федерация. Правительство. Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации : Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020г. № 1853 / Российская Федерация. Правительство. – Текст : электронный // СПС «КонсультантПлюс» : [сайт] / ООО «КонсультантПлюс». – Еженедельное обновление. – URL: https://www.consultant.ru.

б) Основные источники

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/437460
2. Воробьева, С. А. Деловой английский язык для гостиничного бизнеса (b1) : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. А. Воробьева, А. В. Киселева. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 192 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09515-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/438758
3. Ёхина, М. А. Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж: учебник для студ. спо / М. А. Ёхина. - М. : Академия, 2017. - 240 с. – Текст : непосредственный.

4. Ишимцева, К. В. Английский язык для индустрии гостеприимства : учеб. пособие для спо / К. В. Ишимцева, Е. Н. Мотинова, В. В. Темякова. - Москва. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2015. - 187, [1] с. - Текст : непосредственный.
5. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/433505
6. Корнеев, Н. В. Технологии гостиничной деятельности : учебник для вузов / Н. В. Корнеев, Ю. В. Корнеева. - М. : Академия, 2015. - 283, [1] с. – Текст : непосредственный.
7. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5368-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/426402
8. Николенко, П. Г. Проектирование гостиничной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Г. Николенко, Т. Ф. Гаврильева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 413 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13044-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/448858

в) Дополнительные источники

1. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование. Информация, анализ, прогноз : учеб. пособие / И. К. Беляевский. - Изд. 2-е, перераб. и доп. - Москва. : КУРС : ИНФРА-М, 2015. - 392 с. : ил. - Текст : непосредственный.
2. Березовая, Л. Г. История туризма и гостеприимства : учебник для среднего профессионального образования / Л. Г. Березовая. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03693-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/426833
3. Боголюбов, В. С. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве : учебник для академического бакалавриата / В. С. Боголюбов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 293 с. – Текст : непосредственный.
4. Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания: учеб. / Ю.Ф. Волков, 2019. - 384 с. – Текст : непосредственный.
5. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. Н. Домнин. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 411 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13261-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457378
6. Ёхина, М. А. Организация обслуживания в гостиницах : учебник для спо / М. А. Ёхина. - 6-е изд., перераб. - М. : Академия, 2015. - 236, [1] с. – Текст : непосредственный.
7. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/444006
8. Макаревич Ю.Е. Event-технологии как основной инструмент позиционирования бизнеса в регионе. Учебное пособие под общей редакцией Ю.Е.Макаревич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 128 с. – Текст : непосредственный.

9. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/455587
10. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5368-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: http://urait.ru/bcode/448543
11. Мошняга, Е. В. Английский язык для изучающих туризм (a2-b1+) : учеб. пособие для СПО / Е. В. Мошняга. — 6-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 267 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11164-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/book/angliyskiy-yazyk-dlya-izuchayuschih-turizm-a2-b1-444578
12. Руденко, Л. Л. Технологии гостиничной деятельности : учеб. пособие / Л. Л. Руденко, Н. П. Овчаренко, А.Б. Косолапов. - М. : Дашков и К°, 2015. - 175 с. – Текст : непосредственный.
13. Севастьянова, С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства : учеб. пособие для вузов / С. А. Севастьянова. - Москва. : КноРус, 2016. - 254, [1] с. : ил. - Текст : непосредственный.
14. Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. — Москва : Юрайт, 2020. — 336 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07185-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451271
15. Тимохина, Т. Л. Гостиничный сервис : учебник для среднего профессионального образования / Т. Л. Тимохина. — Москва : Юрайт, 2020. — 331 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07572-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451272
16. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/426329
17. Управление отелем: Бизнес- энциклопедия : в 3-х т.: Т.2- СПб. : ДП Бизнес Пресс, 2017. – Текст : непосредственный.

г) Интернет-ресурсы

1. http://www.horeca.ru/ - Главный Портал Индустрии гостеприимства и питания
2. http://next-stop.ru/ - Ведущий информационно-поисковой портал индустрии гостеприимства
3. http://www.intuit.ru/ - Интернет-Университет Информационных технологий
4. http://Grandars.ru - Маркетинг в современном мире
5. http://marketing.web-3.ru- Понятие маркетинга, цели, функции
6. http://dic.academic.ru - Энциклопедия Кольера
7. Школа бизнеса для руководителя. Маркетинг
8. Школа бизнеса для руководителя. Управление PR.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся сформированность профессиональных компетенций

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале.	– умение планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале	Наблюдение за учебной деятельностью студентов Оценка практических заданий на учебных занятиях, дифференцированном зачете
ПК 4.2. Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.	– умение организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы.	Наблюдение за учебной деятельностью студентов Оценка практических заданий на учебных занятиях, дифференцированном зачете
ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.	– умение контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей.	Наблюдение за учебной деятельностью студентов Оценка практических заданий на учебных занятиях, дифференцированном зачете

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам	– точность распознавания сложных проблемных ситуаций в различных контекстах; – адекватность анализа сложных ситуаций при решении задач профессиональной деятельности; – оптимальность определения этапов решения задачи; – адекватность определения потребности в информации;	Текущий контроль: наблюдение и оценка в процессе выполнения: заданий для практических занятий; заданий по производственной практике; заданий для самостоятельной работы, Промежуточная аттестация: наблюдение и оценка в процессе выполнения: практических заданий на экзамене по МДК; заданий

	– эффективность поиска; – адекватность определения источников нужных ресурсов; – разработка детального плана действий; – правильность оценки рисков на каждом шагу; – точность оценки плюсов и минусов полученного результата, своего плана и его реализации, предложение критериев оценки и рекомендаций по улучшению плана	экзамена по модулю; оценка защиты отчетов по производственной практике
ОК 2 Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности	– оптимальность планирования информационного поиска из широкого набора источников, необходимого для выполнения профессиональных задач; – адекватность анализа полученной информации, точность выделения в ней главных аспектов; – точность структурирования отобранной информации в соответствии с параметрами поиска; – адекватность интерпретации полученной информации в контексте профессиональной деятельности;	
ОК 3 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие	– актуальность используемой нормативно-правовой документации по профессии; – точность, адекватность применения современной научной профессиональной терминологии	
ОК 4 Работать в коллективе и команде,	– эффективность участия в деловом общении для	

эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.	решения деловых задач; – оптимальность планирования профессиональной деятельность	
ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.	– грамотность устного и письменного изложения своих мыслей по профессиональной тематике на государственном языке; – толерантность поведения в рабочем коллективе	
ОК 6 Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.	– проявление гражданско-патриотической позиции, – демонстрация осознанного поведения на основе традиционных общечеловеческих ценностей, – применение стандартов антикоррупционного поведения.	
ОК 7 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	– точность соблюдения правил экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; – эффективность обеспечения ресурсосбережения на рабочем месте	
ОК 9 Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.	– адекватность, применения средств информатизации и информационных технологий для реализации профессиональной деятельности	
ОК 10 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке	– адекватность понимания общего смысла четко произнесенных высказываний на известные профессиональные темы); – правильно писать простые связные сообщения на	

	знакомые или интересующие профессиональные темы	
ОК 11 Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.	– адекватность применения нормативной документации в профессиональной деятельности; – точно, адекватно ситуации обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые);	

5. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

По итогам изучения профессионального модуля предусмотрены теоретический экзамен и экзамен квалификационный по профессиональному модулю. Для теоретического экзамена по междисциплинарному курсу экзаменационные билеты состоят из 2-х теоретических вопросов и 1-го практического задания. Для экзамена квалификационного экзаменационные билеты составлены в форме ситуаций, для решения которых необходимы знания теоретических вопросов, умение решать практические задачи.

Примерный перечень теоретических вопросов
для подготовки к теоретическому экзамену

1. Расскажите об основных моментах предоставления гостиничных услуг в РФ на основании документа «Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».
2. Опишите операционный процесс обслуживания гостей в гостиницах.
3. Раскройте источники и каналы получения гостиницей запросов на бронирование номеров.
4. Опишите организацию работы службы бронирования.
5. Раскройте особенности типа бронирования – гарантированное бронирование.
6. Раскройте особенности типа бронирования – негарантированное бронирование.
7. Раскройте особенности типа бронирования – двойное бронирование.
8. Расскажите об основных видах пакетов гостиничных услуг.
9. Опишите основы взаимодействия гостиниц с туристическими фирмами.
10. Проанализируйте бронирование с использованием Интернета и туроператора.
11. Расскажите о процедуре - подтверждение бронирования.
12. Расскажите об особенностях группового бронирования.
13. Раскройте виды заявок на бронирование и действия по ним.
14. Расскажите о составлении отчётов по бронированию.
15. Расскажите о процедуре - аннуляция бронирования.
16. Раскройте возможности использования информационных и телекоммуникационных технологий для приема заказов.
17. Расскажите об основных моментах профессионального общения.
18. Опишите правила ведения телефонных переговоров с потребителями при бронировании (русский английский язык).

19. Опишите правила поведения в конфликтных ситуациях с потребителями при бронировании (русский английский язык).
20. Дайте характеристику структуры маркетинговой деятельности предприятия гостиничного сервиса: цели, функции, принципы, объекты, субъекты.
21. Дайте характеристику средств наружной рекламы для предприятия гостиничного сервиса. Расскажите об особенностях применения перечисленных средств рекламы.
22. Дайте понятие медиапланирования. Перечислите разделы медиаплана гостиницы и дайте им характеристику. Раскройте обоснованность включения в медиаплан отдельных видов разделов.
23. Раскройте особенности жизненного цикла гостиничного продукта, охарактеризуйте этапы – выведение, рост, зрелость, спад.
24. Дать характеристику видов и средств рекламы с учетом специфики деятельности гостиницы.
25. Раскройте особенности сегментации рынка гостиничных услуг: охарактеризуйте факторы сегментации рынка, стратегии охвата рынка при сегментировании.
26. Раскройте специфику ценовой политики гостиницы: факторы, влияющие на формирование ценовой политики, ценовые стратегии, применяемые в зависимости от рыночной ситуации.
27. Раскройте специфику системы ФОССТИС гостиницы.
28. Раскройте понятие - поведение потребителей: Личностные характеристики, влияющие на поведение потребителей; Потребитель как участник процесса принятия решения о покупке, опишите этапы процесса освоения нового товара.
29. Раскройте понятие и особенности маркетинговых коммуникаций в гостиничном сервисе
30. Дайте характеристику рекламы в СМИ для предприятия гостиничного сервиса
31. Раскройте особенности маркетинговых исследований в гостиничном бизнесе: цели, задачи, принципы, этапы. Способы проведения маркетинговых исследований.
32. Дайте характеристику Кодекс ESOMAR при проведении маркетинговых исследований.
33. Дайте характеристику качественных методов опроса.
34. Дайте характеристику количественных методов опроса.
35. Дайте характеристику печатной рекламы для предприятия гостиничного сервиса.
36. Дайте характеристику маркетинговой среды предприятия гостиничного сервиса: микросреда и факторы микросреды.
37. Раскройте специфику ценовой политики гостиницы: цели ценовой политики, виды цен, применяемые в гостинице.
38. Раскройте стратегии нового товара в предприятиях гостиничного сервиса: понятие нового товара, этапы разработки, стратегии выхода с новым товаром на рынок.
39. Раскройте методы прогнозирования потребностей на рынке.
40. Раскройте понятие конкуренции для предприятия гостиничного сервиса

Примерный перечень практических заданий
для подготовки к теоретическому экзамену

1. Составьте и оформите заявку на бронирование индивидуального туриста с отправкой по электронной почте.
2. Оформите стандартный бланк заявки на бронирование индивидуального туриста.
3. Оформите соглашение о гарантии бронирования.
4. Оформите бланк гарантийного письма бронирования от компании.
5. Оформите бланк подтверждения бронирования.

6. Оформите бланк отказа от бронирования (при отсутствии свободных мест в гостинице).
7. Оформите бланк гарантированного бронирования ваучером.
8. Оформите бланк изменений в бронировании.
9. Оформление и составление бланка переподтверждения бронирования.
10. Оформление и составление бланка отмена бронирования.
11. Оформите форму № 7 – Г «Расчёты оплаты за бронирование и проживание по безналичному расчёту»
12. Оформите форму № 10 – Г «Заявка на бронирование мест».
13. Оформите заявку на бронирование на сайте гостиницы посредством системы Интернет.
14. Распишите технологию ведения телефонного разговора с клиентом о бронировании гостиничного номера (русский, английский язык).
15. Дайте консультацию потребителю о применяемых способах бронирования в конкретной гостинице (русский, английский язык).
16. Рассчитайте стоимость проживания и бронирования: Гость забронировал номер заранее. Стоимость бронирования 25 % от стоимости номера за 1 сутки. Гость заехал в гостиницу «Юпитер» 2 звезды в номер сюит стоимостью 3400 руб. в сутки 5.07 в 15-00 и выехал 10.07 в 15-00.
17. Заполните недостающие колонки в таблице:

Состояние спроса	Тип маркетинга	Основная задача
Отрицательный		
	Конверсионный	
Нерегулярный		
	Демаркетинг	
Сокращающийся		
	Противодействующий	
Скрытый		
	Поддерживающий	

18. Перечислите дополнительные услуги гостиницы и предложите методы стимулирования сбыта на данные услуги по отношению к клиентам гостиницы
19. Решите задачу: По следующим данным определите эффективность рекламы (отдачу от 1 руб, вложенного в рекламу) при условии, что прирост прибыли компании составил 59 тыс.руб.. Расходы на рекламу сложились следующим образом: рекламное объявление в прессе: тариф на 1 кв.см газетной площади – 100 руб; объявление общей площадью 10 кв.см Телевизионная реклама: тариф за 1 мин. Демонстрация по TV – 800 руб.; 5 дней показа по 3 мин. Прямая почтовая реклама: разослано 500 рекламных листовок; изготовление – 10 руб./шт.; рассылка – 5 руб./шт.
20. Разработайте составные элементы матрицы для оценки конкурентоспособности предприятия гостиничного сервиса.
21. По предложенной матрице оценки конкурентоспособности гостиницы составьте многоугольник конкурентоспособности
22. Разработайте критерии выбора рекламного агентства для выполнения работ по изготовлению наружной рекламы (рекламного щита)
23. Разработайте мероприятия по стимулированию сбыта по отношению к клиентам гостиницы
24. Перечислите основные разделы отчета о проведенном маркетинговом исследовании

25. Разработайте критерии выбора посредника (транспортной организации) для туристического агентства (услуги трансферта
26. Перечислите особенности и преимущества личных продаж основных и дополнительных услуг гостиницы, в отличие от других видов маркетинговых коммуникаций
27. Раскройте составные элементы SWOT-матрицы, заполните таблицу с учетом специфики базы практики (гостиницы):

Сильные стороны	Слабые стороны
Угрозы	Возможности

1. Решите задачу. Спрогнозируйте объемы продаж на 6 период, используя представленные данные:

Период	1	2	3	5	Прогноз -6
Продажи, шт	7	9	10	13	

28. По данным таблицы необходимо выбрать один из сегментов по критерию максимума размера сбыта:

Характеристика сегмента	Сегменты		
	1	2	3
1. Размер, тыс ед	1000	1800	1300
2. Интенсивность потребления (на одного потребителя)	3	1	1
3. Доля рынка	1/30	1/20	1/10

29. Предложите критерии оценки анкеты как инструмента для проведения маркетингового исследования.
30. 31.Перечислите основные услуги гостиницы и предложите методы стимулирования сбыта на данные услуги по отношению к клиентам гостиницы
31. 32.Решите задачу: Определите коэффициент эластичности и сделайте соответствующие выводы, если до повышения цены с 150 руб до 250 руб. реализация услуги составляла 15 шт в день, после повышения цены реализация сократилась до 10 шт.
32. Перечислите дополнительные услуги гостиницы и предложите методы стимулирования сбыта на данные услуги по отношению к клиентам гостиницы
33. Проанализируйте маркетинговую информацию, необходимую для принятия решения: при разработке и модифицированию новой услуги; по позиционированию услугипо оценке конкурентоспособности услуги.

Примерный перечень ситуационных заданий
для подготовки к экзамену квалификационному

Ситуация:

В ОАО Гостиница «Атриум» - 4 звезды поступила заявка на бронирование. Канал получения заявки: по телефону. Вид бронирования: негарантированное бронирование. Источник заявки: Индивидуальный турист (студент). В гостинице предлагаются услуги: свадебные пакеты для гостей, услуги SPA-салона, услуги трансфера, услуги ресторана. Номерной фонд гостиницы: 230 номеров, занято на 13.11. 170 номеров, в ремонте 5 номеров. Заявка поступила на: ФИО студента. Даты и время въезда, выезда: въезд 13.11. в 9=00, выезд 17.11. в 17=00. Категория номера: сюит. Цена номера: 2800 руб./сутки (бронирование 25% от цены за номер). Услуги питания: полупансион. Особые пожелания: встреча на железнодорожном вокзале 13.11. в 8=00.

Задание:

1. Проведите процедуру бронирования по телефону гостиничного номера и дополнительных услуг (русский, английский язык).
2. Составьте и оформите заявку на бронирование.
3. Рассчитайте стоимость проживания и бронирования гостя.
4. Определите процент загрузки гостиницы на дату заезда, определите необходимое количество персонала для данной гостиницы.
5. Разработайте программу продвижения для данной гостиницы

Критерии оценивания результатов на теоретическом экзамене

Оценка «отлично» ставится обучающемуся, за правильное выполнение 2 теоретических и 1 практического задания;

Оценка «хорошо» ставится обучающемуся, за правильное выполнение 1 теоретического 1 практического задания;

Оценка «удовлетворительно» ставится обучающемуся, за правильное выполнение 1 практического задания и 1 теоретического задания с незначительными ошибками;

Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающемуся, студент почти не усвоил учебный материал и выполнил только 1 теоретическое или практическое задание.

Критерии оценивания результатов на экзамене квалификационном

Оценка «отлично» ставится обучающемуся, за полностью выполненные все задания профессиональной ситуации без ошибок;

Оценка «хорошо» ставится обучающемуся, за выполненные все задания профессиональной ситуации, но допущены незначительные ошибки в оформлении бланков документов или решении задачи;

Оценка «удовлетворительно» ставится обучающемуся, за выполненные все задания профессиональной ситуации, но допущены ошибки в оформлении бланков документов или решении задачи, но по рекомендации преподавателя исправил и справился с заданием;

Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающемуся, за не выполнение хотя бы 1 задания профессиональной ситуации.