

СОГЛАСОВАНО
на заседании цикловой методической комиссии
ГБПОУ «ТКСиТ»
Протокол № 1 30 августа 2018 г.



ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.09 УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ
43.02.14 Гостиничное дело

2018 г.

Программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.14 Гостиничное дело.

Организация-разработчик: ГБПОУ «ТКСиТ»

Разработчики:

Гуськова Анастасия Павловна, преподаватель специальных дисциплин

©ГБПОУ «ТКСиТ»

©Гуськова Анастасия Павловна , преподаватель специальных дисциплин

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	стр. 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	14
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09 Управление продажами гостиничных услуг

1.1. Область применения программы

Программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППСЗ) в соответствии с ФГОС по специальности (специальностям) СПО 43.02.14 Гостиничное дело.

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке работников гостиничной индустрии.

1.2. Место дисциплины в структуре ППСЗ: дисциплина входит в профессиональный цикл и является общеобразовательной дисциплиной.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

В результате изучения профессиональной дисциплины студент должен получить комплексное представление об управлении продажами гостиничных услуг, основных направлениях управления продажами, уметь применять управленческие навыки в своей профессиональной деятельности.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 4.1	- планировать и прогнозировать продажи.	- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг; - гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования.
ПК 4.2	- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги; - оценивать эффективность сбытовой политики; - выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность; - формулировать содержание рекламных материалов.	- потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом; - методы изучения и анализа предпочтений потребителя; - потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения; - специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.
ПК 4.3	- проводить сегментацию рынка; - собирать и анализировать информацию о ценах.	- специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, систему скидок и надбавок.
ПК 4.4	- разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг.	- особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия; - последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостинич-

		<p>ного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице; - особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составить план действия; - определить необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). 	<ul style="list-style-type: none"> - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - определять задачи поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска; - оформлять результаты поиска. 	<ul style="list-style-type: none"> - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации.
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - выстраивать траектории профессионального и личностного развития. 	<ul style="list-style-type: none"> - содержание актуальной нормативно-правовой документации; - современная научная и профессиональная терминология; - возможные траектории профессионального развития и самообразования.
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами. 	<ul style="list-style-type: none"> - психология коллектива; - психология личности; - основы проектной деятельности.
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - излагать свои мысли на гос- 	<ul style="list-style-type: none"> - особенности социального и культур-

	ударственном языке; - оформлять документы.	ного контекста; - правила оформления документов.
ОК 09	- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; - использовать современное программное обеспечение.	- современные средства и устройства информатизации; - порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
ОК 10	- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; - кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы.	- правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; - основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - особенности произношения; - правила чтения текстов профессиональной направленности.
ОК 11	- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план; - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования.	- основы предпринимательской деятельности; - основы финансовой грамотности; - правила разработки бизнес-планов; - порядок выстраивания презентации; - кредитные банковские продукты.

1.4. Количество часов на освоение программы дисциплины:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 130 часов;
внеаудиторной самостоятельной работы обучающегося 8 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	130
в том числе:	
лекционные занятия	14
практические занятия	106
подготовка к защите курсовой работы	4
защита курсовой работы	6
Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся (всего)	8
в том числе:	
работа с конспектом лекций	
подбор и анализ информации в материалах Интернет-ресурсов, учебной литературы.	2
подготовка рефератов, докладов.	6
Итоговая аттестация в форме защиты курсовой работы	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.09 Управление продажами гостиничных услуг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формирующим образом способствует элемент программы
1	2	3	
ОП.09 Управление продажами гостиничных услуг		130+8 <i>вср</i>	
Тема 1.1	Содержание учебного материала.	1	
Современное состояние гостиничного бизнеса и перспективы развития рынка гостиничных услуг	1. Современное состояние гостиничного бизнеса. Прогнозирование. Гостиничная система. Гостиничный бизнес. Проблемы современного гостиничного бизнеса и пути их решения. Сегменты гостиниц. Проблемы развития гостиничного хозяйства. Регулирование гостиничной индустрии. Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ. Новейшая история гостиничной индустрии. Особенности развития. Перспективы развития гостиничного бизнеса за рубежом. Тенденции развития. Перспективы мировой гостиничной индустрии.	1	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4
Тема 1.2.	Содержание учебного материала.	1	
Характерные особенности гостиничного продукта	1. Понятие гостиничного продукта, гостиничный продукт как комплекс услуг. Основные определения. Характеристики. Отличительные особенности. Свойства гостиничного продукта. Комплексный гостиничный продукт и его составляющие. Структура гостиничного продукта и его составляющие.	1	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4
Тема 1.3.	Содержание учебного материала.	1	
Методы формирования гостиничного продукта	1. Структура гостиничного продукта. Уровни гостиничного продукта. Составные части.	1	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4
Тема 1.4.	Содержание учебного материала.	1	
Этапы жизненного цикла гостиничного продукта	1. Понятие жизненного цикла гостиничного продукта. Понятие и стадии жизненного цикла гостиничного продукта. Продуктовая стратегия в гостиничной индустрии. Концепция жизненного цикла гостиничного продукта и его этапы. Основные определения. Последовательные стадии. Закономерности жизненного цикла гостиничного продукта. Две теории о представлении гостиничного продукта на рынке. Основные определения. Сегментация и теории о предоставлении гостиничного продукта. Стратегии маркетинга гостиничной индустрии. Маркетинг, маркетинговые стратегии, маркетинг в гостиничном сервисе, стратегия дифференцированного маркетинга, стратегия	1	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4

		недифференцированного маркетинга, концентрированная стратегия маркетинга.	
Тема 1.5. Классификация потребностей гостя. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса		Содержание учебного материала	1
	1.	Понятие запросов и предпочтений потребителя. Структура потребительских нужд. Основные определения. Виды потребительских предпочтений. Основные системы классификации потребностей гостя. Группы потребностей. Иерархия. Определение потребительских ценностей в сфере гостиничного бизнеса. Основные определения. Ценности. Удовлетворение гостя. Особенности маркетингового исследования потребительского поведения. Особенности маркетингового исследования потребительского поведения.	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4
Тема 1.6. Понятие запросов и предпочтений потребителя		Содержание учебного материала.	1
	1.	Понятие запросов и предпочтений потребителя в гостиничной индустрии. Анализ потребительских предпочтений. Методы изучения и оценки потребительских запросов и предпочтений. Методы прогнозирования предпочтений и запросов потребителей.	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4
Тема 1.7. Факторы, оказывающие влияние на потребителей		Содержание учебного материала.	1
	1.	Потребительское поведение и целевые группы потребителей. Целевые группы, целевой рынок и сегментация. Классификация факторов, обуславливающих поведение покупателей. Этапы процесса потребления.	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4
Тема 1.8. Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребностей		Содержание учебного материала.	1
	1.	Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей. Ценность, удовлетворенность и качество. Изучение и анализ системы ценностей потребителей.	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4
Тема 1.9. Сегмент рынка и позиционирование гостиничного продукта		Содержание учебного материала.	1
	1.	Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. Характеристика признаков и методов сегментации. Позиционирование гостиничных продуктов и услуг. Этапы позиционирования.	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4
Тема 1.10. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционирования гостиничного продукта		Содержание учебного материала.	1
	1.	Рынок гостиничных услуг. Процесс целевого маркетинга. Сегментация рынка гостиничных услуг. Определение целевого рынка. Позиционирование гостиничного продукта на рынке. Основные определения. Главная задача позиционирования. Основные типы позиционирования гостиничного продукта в целевом сегменте.	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4
Тема 1.11. Формирование номенклатуры услуг в гостинице. Управление номенклату-		Содержание учебного материала.	1
	1.	Понятия «ассортиментные группы и единицы гостиничных продуктов и услуг», «ассортиментная политика гостиницы». Основные определения. Основные формы. Формирование характеристик номенклатуры услуг в	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 –ПК 4.4

рой услуг в гостинице	гостинице. Структура ассортимента. Систематизация по группам. Методы управления номенклатурой услуг в гостинице. Оптимизация с учетом характеристик. Анализ и управление текущим состоянием запасов по номенклатуре и ассортименту в гостинице. Основные определения. Система формирования ассортимента. Способы формирования ассортимента.		
Тема 1.12.	Содержание учебного материала.	1	
Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы	1. Система продвижения и каналы распределения основных гостиничных услуг. Каналы сбыта основных гостиничных услуг. Прямые продажи, агентские продажи основных гостиничных услуг. Характеристика основных видов продаж гостиничных услуг. Система продвижения и каналы распределения дополнительных гостиничных услуг. Каналы сбыта дополнительных гостиничных услуг. Прямые продажи, агентские продажи дополнительных гостиничных услуг. Характеристика продаж дополнительных гостиничных услуг. Характеристика продаж дополнительных гостиничных услуг.	1	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 -ПК 4.4
Тема 1.13.	Содержание учебного материала.	1	
Специфика ценовой политики гостиницы. Факторы, влияющие на формирование ценовой политики гостиничного продукта, система скидок и надбавок	1. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе. Выбор методов ценообразования. Ценообразование на различных типах рынка. Методика расчета базисной цены гостиничного продукта. Применяемые система, критический объем. Формирование ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок. Основные определения. Факторы влияющие на выбор ценовой политики.	1	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 -ПК 4.4
Тема 1.14.	Содержание учебного материала.	1	
Специфика рекламы гостиничного продукта	1. Реклама гостиничных предприятий, её роль и значение, функции, виды, правовая база. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, e-mail-маркетинг). Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования. PR: понятие, назначение, виды мероприятий. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.	1	ОК 01 - ОК 11 ПК 4.1 -ПК 4.4
Практические занятия		106	
1. №1 Перспективы развития гостиничного бизнеса в г. Тверь.		4	ПК 4.1 -ПК 4.4
2. №2 Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ.		4	ПК 4.1 -ПК 4.4
3. №3 Виды гостиничных продуктов.		5	ПК 4.1 -ПК 4.4
4. №4 Структура туристского продукта с точки зрения производителей и потребителей.		5	ПК 4.1 -ПК 4.4
5. №5 Изучение жизненного цикла гостиничного продукта как решение трех крупных проблем, встающих перед гостиницами.		5	ПК 4.1 -ПК 4.4
6. №6 Специальные маркетинговые программы и технологии обслуживания в гостиничной индустрии.		5	ПК 4.1 -ПК 4.4
7. №7 Факторы, оказывающие влияние на потребителей.		5	ПК 4.1 -ПК 4.4

8.	№8 Критерий оценки качества гостиничного продукта как степень удовлетворения потребностей потребителей.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
9.	№9 Оценка опыта потребителей и варианты действий предприятия в области маркетинга.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
10.	№10 Маркетинговое исследование потребительских запросов и предпочтений.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
11.	№11 Маркетинг отношений с потребителями.	4	ПК 4.1 –ПК 4.4
12.	№12 Методы измерения степени удовлетворения потребителя.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
13.	№13 Выявление перспективных сегментов рынка гостиничных услуг.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
14.	№14 Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
15.	№15 Показатели широты, глубины и насыщенности ассортимента.	4	ПК 4.1 –ПК 4.4
16.	№16 Номенклатура основных групп показателей качества гостиничных услуг.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
17.	№17 Факторы, влияющие на разработку и объём продаж гостиничного продукта.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
18.	№18 Определение характеристик и оптимальной номенклатуры основных и дополнительных услуг гостиницы.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
19.	№19 Анализ ценовой политики конкурентов.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
20.	№20 Выполнение расчёта себестоимости и стоимости гостиничного продукта.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
21.	№21 Критерии выбора средств рекламы гостиничными предприятиями.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
22.	№22 Организация рекламной кампании. Методика разработки рекламной программы гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы. Правила рекламы.	5	ПК 4.1 –ПК 4.4
Внеаудиторная самостоятельная работа при изучении раздела:			
1. Подготовка к текущему контролю знаний, практическим занятием (работа с конспектом лекций).			
2. Подбор и анализ информации в материалах Интернет-ресурсов, учебной литературы.			
3. Подготовка докладов, рефератов.			
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
2.1 Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделу 2.			
2.2 Формирование портфолио с документацией, необходимой для обеспечения процесса деятельности гостиницы согласно разделу 6.			
3.1 Методы формирования гостиничного продукта.			
3.2 Система социологических исследований в гостиничном бизнесе.			
3.3 Психологические модели покупательских мотиваций.			
Повторительно-обобщающее занятие (подготовка к защите курсовой работы)			
Итоговая аттестация в форме защиты курсовой работы			
Всего:			130+8вср

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета: управление продажами гостиничных услуг.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- компьютерные места для обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- доска классная.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- мультимедиа – проектор;
- экран.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Учебники и учебные пособия

1. Липсиц, И.В. Основы маркетинга: учебник для училищ и вузов/И. В. Липсиц, М.Н. Дымшиц и др. – М.: ГЭОТАР-Медиа, 2015 г. – 208 с.
2. Реброва, Н.П. Основы маркетинга: учебник и практикум для СПО/ Н.П. Реброва. – М.: Юрайт, 2016 г. - 277 с.

Дополнительные источники:

1. Барышев, А.Ф. Маркетинг: учебник/А. Ф. Барышев. - М.: Академия, 2012 г. – 224 с.
2. Котлер, Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. – 514 с.
3. Романенкова, Н.О. Маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для прикладного бакалавриата/ под общ. ред. О. Н. Романенковой [Артемьева О.А., Азарова С.П., Карпова С.В., Козлова Н.П., Поляков В.А., Рожков И.В.]. — М.: Издательство Юрайт, 2014г. - 456 с.
4. Романенкова, Н.О. Маркетинг услуг: учебник/ О. Н. Романенкова, И. М. Синяева, В. В. Синяев; под ред. д. э. н., проф. Л. П. Дашкова. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014 г. — 252 с.

5. Скрынникова, И.А. Маркетинг в сфере услуг: учебное пособие/ И.А. Скрынникова. – М.: Издательство МГУ, 2012 г. – 208 с.
6. Тюрин, Д.В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров/ Д. В. Тюрин. — М.: Издательство Юрайт, 2013г. — 342 с.
7. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие/ В.В. Царев, А.А. Кантарович, В.В. Черныш. – М.: Юнити-Дана, 2012 г. - 799 с.

Электронные издания:

1. КонсультантПлюс – надежная правовая поддержка [Электронный ресурс]: Компьютерная справочно-правовая система в России. – Свободный доступ из сети Интернет. – <http://www.consultant.ru/>
2. Znanium.com [Электронный ресурс]: Электронно-библиотечная система. – Свободный доступ из сети Интернет. – <http://znanium.com/>
3. СвойБизнес [Электронный ресурс]: Электронно-библиотечная система. – Свободный доступ из сети Интернет. – <http://www.mybiz.ru/>
4. StudFiles [Электронный ресурс]: Файловый архив для студентов. Все предметы. Все вузы. – Свободный доступ из сети Интернет. – <http://www.studfiles.ru/>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

<i>Результаты обучения</i>	<i>Критерии оценки</i>	<i>Методы оценки</i>
<i>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</i>		
Планирование и прогнозирование продаж.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Оценивать эффективность сбытовой политики.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Формулировать содержание рекламных материалов.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Проводить сегментацию рынка.	Ответы на вопросы на знание и понимание 75% правильных ответов	Устный опрос Тестирование по теме
Собирать и анализировать информацию о ценах.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
Разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг.	Ответы на вопросы на знание и понимание	Устный опрос Тестирование по теме
<i>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</i>		
Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Методы изучения и анализа предпочтений потребителя.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы

Специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, систему скидок и надбавок.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы
Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.	Оценка результатов	Оценка процесса выполнения практической работы

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля производится в соответствии с универсальной шкалой.

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90 ÷ 100	5	отлично
81 ÷ 89	4	хорошо
70 ÷ 80	3	удовлетворительно
менее 70	2	неудовлетворительно

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений определяется преподавателем интегральная оценка освоенных обучающимися общих компетенций как результатов освоения учебной дисциплины.