

## **Аннотация рабочей программы профессионального модуля**

### **ПМ.04 Продажи гостиничного продукта**

#### **ОПОПССЗ 43.02.11 Гостиничный сервис**

##### **1. Цель ПМ:**

овладение основными общими и профессиональными компетенциями по основному виду деятельности анализу потребностей потребителей и разработке технологии продаж конкурентоспособного гостиничного продукта.

##### **2. Место дисциплины в структуре ОПОПССЗ:**

дисциплина относится к профессиональному модулю 04

##### **3. Требования к результатам освоения профессионального модуля**

освоить:

##### **ОК:**

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.

**ПК:**

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.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен:

**уметь:**

- 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;

**знать:**

- состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;
- гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;
- особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;
- потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;
- методы изучения и анализа предпочтений потребителя;
- потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения;
- последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта;
- формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;
- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

**4. Общая трудоемкость дисциплины по очной форме обучения составляет:**

- Всего - **275** часов, в том числе:
- Максимальной учебной нагрузки обучающегося **239** часов, включая:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **153** часа;
- самостоятельной работы обучающегося **86** часов;
- производственной практики **36** часов.

**5. Семестры: VI**

**6. Основные разделы профессионального модуля:**

1. Спрос и сбыт гостиничных услуг.
2. Конкурентоспособность гостиничных услуг.
3. Современные тенденции продаж гостиничных услуг.
4. Производственная практика.

**7. Автор: А. С. Кузыченко**