

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.09.2021 14:45:14
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484076a8cbb3c509a9531e605f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании Педагогического совета колледжа

15.01.2020 г.

протокол № 6

Директор колледжа Т.В. Мальцева

Утверждена
Советом по учебно-методическим вопросам
и качеству образования

15 января 2020 г.

протокол № 5

Председатель




Д.А. Карх
(подпись)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Организация продаж гостиничного продукта
Специальность	43.02.11 Гостиничный сервис
Форма обучения	очная
Год набора	2020

Разработана:
Ст. преподаватель,
Логинова Е.В.

Екатеринбург
2020 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	4
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	4
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	8
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	8
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	10
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	14
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	14
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	15
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной образовательной программы среднего профессионального образования - программы подготовки специалистов среднего звена, разработанной в соответствии с ФГОС СПО

ФГОС СПО	Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 43.02.11 <Гостиничный сервис>. (приказ Минобрнауки России от 07.05.2014 г. № 475)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Междисциплинарный курс Организация продаж гостиничного продукта относится к профессиональному модулю ПМ.04 Продажи гостиничного продукта программы

Целью междисциплинарного курса Организация продаж гостиничного продукта является формирование у студентов системного представления о современных технологиях продаж в гостеприимстве. Понимания эволюционного процесса развития технологий продаж в сфере гостеприимства, начиная с самых простых форм и заканчивая современными организационно-цифровыми системами, от эффективности работы которых зависит успех предприятия гостеприимства; осознание роли продавца (специалиста по продажам, менеджера по продажам) в эффективной деятельности организации, предоставляющей услугу гостеприимства.

В результате освоения междисциплинарного курса студент должен:

иметь практический опыт:

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта для потребителя;
- 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.

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 её формирование, систему скидок и надбавок;

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к базовой части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточный контроль	Часов						З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	Контроль самостоятельной работы	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование			
Семестр 5							
Другие формы контроля	0	78	36	42	52	0	0
Семестр 6							
Зачет с оценкой, Курсовая работа	0	100	36	24	46	40	0
	0	178	72	66	98	40	0

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС СПО.

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт	<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить сегментацию рынка; - разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг; - оценивать эффективность сбытовой политики; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 её формирование, систему скидок и надбавок;

<p>ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги</p>	<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта для потребителя; <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; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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;
<p>ПК 4.3 Оценить конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг</p>	<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать эффективность сбытовой политики; - выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность; - формулировать содержание рекламных материалов; - собирать и анализировать информацию о ценах; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; - специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, систему скидок и надбавок;

<p>ПК 4.4 Участие в разработке комплекса маркетинга</p>	<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - участия в разработке комплекса маркетинга. <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>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 её формирование, систему скидок и надбавок; - специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта;
---	--

Общие компетенции (ОК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
<p>ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы самообразования <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - планирование профессионального и личностного развития обучающегося в ходе обучения. - определять задачи профессионального и личностного развития
<p>ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - новые технологии в сфере туризма и гостеприимства; - различные способы для повышения квалификации; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

<p>ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - социальную значимость профессии - профессиональные компетенций, знания и умения <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проявлять интерес к будущей профессии; - объяснять социальной значимости профессии; - стремиться к освоению профессиональных компетенций, знаний и умений - понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии проявлять к ней устойчивый интерес
<p>ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы поиска, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать различных источников для поиска информации включая Интернет-ресурсы; - использовать необходимые информации при выполнении
<p>ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - каким образом себя вести в нестандартных ситуациях <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - решать проблемных ситуаций; - участвовать в работе «малых групп» на теоретических и практических занятиях
<p>ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - свои профессиональные задачи <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять методов и способов решения профессиональных задач; - демонстрировать эффективности и качества выполнения профессиональных задач.
<p>ОК 7 Брать на себя ответственность за членов команды (подчиненных), результат выполнения задания.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - новые технологии в сфере туризма и гостеприимства; - различные способы для повышения квалификации; - как правильно организовать работу своего персонала. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий:
<p>ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы эффективного общения с коллегами, руководством, потребителями <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; - проявлять ответственности при выполнении трудовых операций, разнообразных заданий

ОК 5 Использовать информационно-коммуникативные технологии профессиональной деятельности	Знать - основные компьютерные программы в области профессиональной деятельности; Уметь - применять информационные технологии в профессиональной деятельности.
--	--

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 5		130					
Тема 1.	Характеристика рынка гостиничных услуг	26	6		10	10	
Тема 2.	Особенности маркетинга гостиничных услуг	26	8		8	10	
Тема 3.	Изучение потребностей потребителей гостиничного продукта	26	8		8	10	
Тема 4.	Сегментирование рынка и позиционирование гостиничного продукта	26	6		8	12	
Тема 5.	Формирование товарной политики в гостиницах	26	8		8	10	
Семестр 6		146					
Тема 6.	Продажа гостиничных услуг	35	8		16	11	
Тема 7.	Ценовая политика гостиницы	37	10		16	11	
Тема 8.	Формирование спроса, стимулирование сбыта	36	10		16	10	
Тема 9.	Конкурентоспособность гостиничных услуг	38	8		16	14	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Темы 1-9	Тест	Тест: задания и вопросы на воспроизведение основополагающих понятий изучаемой дисциплины, анализ ситуаций обслуживания, определение характера взаимосвязей между составляющими процесса продажи	Оценивается от 2 до 5 баллов
тема 1-9	Реферат	Публичное выступление по теме.	Оценивается от 2 до 5 баллов
Тема 1-9	Эссе	Сочинение-рассуждение на тему. Объем - 2 страницы	
Тема 1-9	Практические задания	Практические задания: задания в форме мини -кейса, предполагающие поиск решения поставленной задачи или	Оценивается от 2 до 5 баллов

Тема 1-9	Вопросы	Устный опрос или дискуссия по вопросам	Оценивается от 2 до 5 баллов
Промежуточный контроль (Приложение 5)			
6 семестр (ЗаО)	Билет к зачету	Билет состоит из 2 теоретических вопросов и 1 практического задания. Количество билетов 25	Оценивается от 2 до 5 баллов
6 семестр (КР)	Курсовая работа	Курсовая работа выполняется согласно методическим указаниям в соответствии с выбранной темой	Оценивается от 2 до 5 баллов
5 семестр (Др)	Билет	Билет состоит из 2 теоретических вопросов и 1 практического задания. Количество билетов 25	Оценивается от 2 до 5 баллов

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущей и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущая аттестация. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течение семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущей аттестации, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончании дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончании формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. Характеристика рынка гостиничных услуг Инструменты маркетинга в деятельности гостиницы Понятие и переменные сегментации рынка гостиничных услуг Методы сегментации</p>
<p>Тема 2. Особенности маркетинга гостиничных услуг Этапы жизненного цикла гостиничного продукта Внутренний и внешний маркетинг гостиничного предприятия Управление качеством услуг в гостинице</p>
<p>Тема 3. Изучение потребностей потребителей гостиничного продукта Потребители гостиничного продукта и особенности их поведения Потребности удовлетворяемые гостиничным продуктом Потребности человека: понятие, современная специфика, роль в гостеприимстве</p>
<p>Тема 4. Сегментирование рынка и позиционирование гостиничного продукта Сегментирование: сущность, значение для процесса продажи гостиничного продукта Позиционирование: понятие, сущность, влияние на процесс продаж гостиничного продукта Позиционирование как инструмент влияния на сознание потребителей</p>
<p>Тема 5. Формирование товарной политики в гостиницах Товарная политика: понятие, сущность, особенности формирования в сфере гостеприимства Конкурентные преимущества гостиничного продукта Организация службы сбыта гостиницы</p>
<p>Тема 6. Продажа гостиничных услуг Продажа: понятие, значение для сферы гостеприимства Стратегии увеличения продаж Фактическая и потребительская ценность гостиничного продукта Формирование уникального торгового предложения</p>
<p>Тема 7. Ценовая политика гостиницы Понятие ценовой политики и ее специфика в гостиничной индустрии Факторы, влияющие на формирование ценовой политики Системы скидок и надбавок Влияние денежных доходов на поведение потребителей</p>
<p>Тема 8. Формирование спроса, стимулирование сбыта Спрос как платежеспособная потребность Характеристика инструментов продвижения и их элементы Цифровые технологии продвижения гостиничного продукта Интегрированные маркетинговые коммуникации</p>
<p>Тема 9. Конкурентоспособность гостиничных услуг Виды, формы и методы конкуренции Конкурентные силы и конкурентные преимущества Показатели и методы оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия Анализ конкурентов</p>

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

<p>Тема 1. Характеристика рынка гостиничных услуг Практическая работа № 1 Миссия гостиницы: понятие, сущность Семинар по теме. Практическая работа № 2 Виды гостиничного продукта Выполнение практических заданий по теме Практическая работа № 3 Миссия как нравственная основа продажи гостиничного продукта Выполнение практических заданий по теме Практическая работа № 4 Гостиничный продукт: структура, предпосылки формирования Выполнение практических заданий по теме</p>

<p>Тема 2. Особенности маркетинга гостиничных услуг</p> <p>Практическая работа № 5 Особенности формирования жизненного цикла продукта</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 6 Оценка эффективности сегментации</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 7 Ключевые факторы успеха</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 8 Типология потребителей гостиничного продукта</p> <p><u>Выполнение практических заданий по теме</u></p>
<p>Тема 3. Изучение потребностей потребителей гостиничного продукта</p> <p>Практическая работа № 9 Оценка потребностей разных типов гостей</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 10 Механизм формирования и удовлетворения потребностей человека</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 11 Услуга гостеприимства как способ формирования потребностей гостя</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 12 Инклюзивный сервис и гостиничный продукт</p> <p><u>Выполнение практических заданий по теме</u></p>
<p>Тема 4. Сегментирование рынка и позиционирование гостиничного продукта</p> <p>Практическая работа № 13 Правила и параметры сегментирования</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 14 Анализ конкурентных преимуществ гостиницы</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 15 Разработка опросника, выявляющего предпочтения гостя</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 16 Факторы, влияющие на выбор потребителя гостиничного продукта</p> <p><u>Выполнение практических заданий по теме</u></p>
<p>Тема 5. Формирование товарной политики в гостиницах</p> <p>Практическая работа № 17 Персонализация гостиничного продукта как конкурентное преимущество</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 18 Сущность и основные элементы сбыта</p> <p>Семинар по теме.</p> <p>Практическая работа № 19 Персонал службы сбыта</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 20 Виды сбыта</p> <p><u>Выполнение практических заданий по теме</u></p>
<p>Тема 6. Продажа гостиничных услуг</p> <p>Практическая работа № 21 Этапы продаж</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 22 Уровни технологичности продаж</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 23 Особенности поведения персонала контактной зоны в процессе продаж гостиничного продукт</p> <p>Выполнение практических заданий по теме а</p> <p>Курсовая работа как форма научной работы</p> <p>Анализ структуры курсовой работы</p> <p>Правила оформления курсовой работы</p> <p>Особенности поиска и работы с теоретическими и периодическими источниками при написании курсовой работы</p> <p>Введение к курсовой работе: структура формулировка актуальности цели и задач курсовой</p>

<p>Тема 7. Ценовая политика гостиницы</p> <p>Практическая работа № 24 Принципы ценовой политики</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 25 Этапы разработки ценообразования</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 26 Категория потребителя и ценовосприятие</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Выбор темы курсовой работы. Составление плана курсовой работы: формулировка названий глав и параграфов</p> <p>Правила написания теоретической главы курсовой работы: структура, систематизация теоретической информации, выводы</p> <p>Сбор и интерпретация статистической информации.</p> <p>Порядок анализа работы гостиничного предприятия</p> <p>Проверка процесса написания теоретической главы курсовой работы</p>
<p>Тема 8. Формирование спроса, стимулирование сбыта</p> <p>Практическая работа № 27 Формирование лояльности потребителей</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 28 Бренд как форма продвижения гостиничного продукта</p> <p>Дискуссия по теме.</p> <p>Практическая работа № 29 Типология потребительской лояльности</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Проверка процесса написания практической главы курсовой работы. Проработка ошибок.</p> <p>Правила написания заключения к курсовой работе</p> <p>Составление списка использованных источников</p> <p>Проверка курсовой работы. Работа над замечаниями</p> <p>Проверка курсовой работы. Работа с замечаниями.</p>
<p>Тема 9. Конкурентоспособность гостиничных услуг</p> <p>Практическая работа № 30 Сравнительный анализ конкурентных преимуществ гостиничного продукта (недостатки и преимущества)</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 31 Анализ отзывов потребителей: конкретизация конкурентных преимуществ</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Практическая работа № 32 Оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия</p> <p>Выполнение практических заданий по теме</p> <p>Приложения к курсовой работе: назначение, правила оформления</p> <p>Прохождение нормоконтроля</p> <p>Правила оформления презентационного материала к защите курсовой работы</p> <p>Итоговый нормоконтроль курсовой работы</p> <p>Защита курсовой работы</p>

7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 1. Характеристика рынка гостиничных услуг</p> <p>Изучение понятийного материала темы 1.</p>
<p>Тема 2. Особенности маркетинга гостиничных услуг</p> <p>Изучение дополнительной литературы по теме 2</p>
<p>Тема 3. Изучение потребностей потребителей гостиничного продукта</p> <p>Изучение дополнительной литературы по теме 3</p>
<p>Тема 4. Сегментирование рынка и позиционирование гостиничного продукта</p> <p>Изучение дополнительного материала к теме 4</p>
<p>Тема 5. Формирование товарной политики в гостиницах</p> <p>Изучение дополнительного материала к теме 5</p>
<p>Тема 6. Продажа гостиничных услуг</p> <p>Изучение дополнительного материала к теме 6, подготовка к практическим занятиям</p>
<p>Тема 7. Ценовая политика гостиницы</p> <p>Изучение дополнительного материала к теме 7</p>

Тема 8. Формирование спроса, стимулирование сбыта Изучение дополнительного материала к теме 8. подготовка к практическим занятиям
Тема 9. Конкурентоспособность гостиничных услуг Изучение дополнительного материала по теме 9, подготовка к практическим занятиям.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Приложение 3

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Курсовая работа

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Приложение 7

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Тимохина Т. Л.. Гостиничная индустрия [Электронный ресурс]:учебник для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования. - Москва: Юрайт, 2019. - 336 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433890>

2. Семеркова Л. Н., Белякова В. А., Шерстобитова Т. И., Латынова С. В.. Технология и организация гостиничных услуг [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: ИНФРА-М, 2019. - 320 с. – Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1023718>

3. Тимохина Т. Л.. Гостиничный сервис [Электронный ресурс]:учебник для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования. - Москва: Юрайт, 2019. - 331 с. – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/433891>

4. Мазилкина Е.И.. Организация продаж гостиничного продукта [Электронный ресурс]:Учебное пособие. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 207 с. – Режим доступа: <http://new.znaniium.com/go.php?id=1044188>

Дополнительная литература:

1. Гончарова Л. П.. Гостиничный сервис. [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 174 с. – Режим доступа: <https://znaniium.com/catalog/product/987236>

2. Быстров С. А.. Организация гостиничного дела. [Электронный ресурс]:учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.03 "Гостиничное дело". - Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. - 432 с. – Режим доступа: <https://znaniium.com/catalog/product/1034526>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионное программное обеспечение:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

-Справочно-правовая система Консультант +. Договор № 194-У-2019 от 09.01.2020. Срок действия лицензии до 31.12.2020

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.