

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования
«Колледж Волжского университета имени В.Н. Татищева»

УТВЕРЖДАЮ

Генеральный директор

АНО СПО «Колледж ВУиТ»



И.А. Поленова

29 августа 2018 г.



Рабочая программа дисциплины

«ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА»

по специальности

43.02.11 Гостиничный сервис

квалификация выпускника – менеджер

СОДЕРЖАНИЕ

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании.

1.2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы: учебная дисциплина «Организация продаж гостиничного продукта» включена в профессиональный цикл, как дисциплина профессионального модуля.

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

В результате освоения дисциплины обучающийся **иметь практический опыт:**

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора оптимального гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;
- участия в разработке комплекса маркетинга;
- участия в маркетинговых исследованиях;

В результате освоения 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;
- осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации;
- разрабатывать анкеты и опросные листы;
- составлять отчет по результатам исследования и интерпретировать результаты;

В результате освоения дисциплины обучающийся **должен 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;
- маркетинговые исследования: понятие, значение, виды, объекты, методы, этапы и правила проведения;

- источники и критерии отбора маркетинговой информации;
- правила составления анкет и опросных листов.

В процессе изучения дисциплины у обучающихся формируются компетенции, включающие в себя способность:

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, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, 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 4.1	Выявлять спрос на гостиничные услуги.
ПК 4.2	Формировать спрос и стимулировать сбыт.
ПК 4.3	Обобщать результаты, полученные подходами, и давать обоснованное заключение об итоговой величине стоимости объекта оценки.
ПК 4.4	Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.

1.4 Рекомендуемое количество часов на освоение программы дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося — 171 часа, в том числе:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося — 132 часов;
- самостоятельная работа обучающегося — 39 часа.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	171
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	132
в том числе:	
практические занятия	58
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	39
<i>Итоговая аттестация в форме экзамена</i>	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «Организация продаж гостиничного продукта»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг		
Тема 1.1 Сегментация рынка. Разделение рынка на сегменты.	Понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. Характеристика признаки и методов сегментации, основные критерии сегментации. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	4
	Практические занятия: Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг. Анализировать возможности освоения новых сегментов рынка	2
	Самостоятельная работа обучающихся: Составление схемы сегментации туррынка. Ознакомление с критериями выбора сегмента рынка гостиничного предприятия.	1
Тема 1.2 Основные задачи маркетолога. Использование различных методов и критериев.	Маркетинговые исследования. Функции маркетологов гостиничного хозяйства	6
	Практические занятия: Определение видов рынка услуг. Составление схемы сегментации рынка	2
	Самостоятельная работа студентов: 1. Международной туристический рынок. Сегментация туристического рынка. Ознакомление с различными видами рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций. Подготовка сообщений по психологическим моделям покупательских мотиваций, моделям кросс-культурного поведения в гостиничном бизнесе, сегментации клиентов, формировании пакетов гостиничных услуг. Позиционирование гостиничных продуктов и услуг, понятие и значение. 2. Подготовка докладов и рефератов по темам: <ul style="list-style-type: none"> • Понятие емкости и доли рынка гостиничных услуг; • Система социологических исследований в гостиничном бизнесе; • Сегментирование гостиничного рынка, характеристика основных признаков сегментации 	1
Раздел 2. Анализ потребностей гостиничного продукта		43

Тема 2.1 Понятие «качество» со стороны потребителей и продавцов	Понятие гостиничного продукта, гостиничный продукт как комплекс услуг. Характеристики и отличительные особенности гостиничного продукта. Отборочное восприятие потребителей. Сертификация услуги.	4
	Практические занятия: Проведение оценки качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству.	2
	Самостоятельная работа студентов: Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение. Изучение методов формирования спроса и стимулирования спроса.	1
Тема 2.2 Ценностные потребности покупателей (альтруизм, реабилитация и др.)	Соответствие услуг потребностям. Удовлетворение потребностей.	4
	Практические занятия: Подготовка сообщений по психологическим моделям покупательских мотиваций, моделям кросс-культурного поведения в гостиничном бизнесе, сегментации клиентов, формировании пакетов гостиничных услуг.	2
	Самостоятельная работа студентов: Анализ потребителей гостиничного продукта	1
Тема 2.3 Зависимость потребностей покупателя от ряда условий	Потребительское поведение и целевые группы потребителей. Классификация факторов, обуславливающих поведение покупателей.	2
	Практические занятия: Информационные методы: пропаганда, консультации. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, PR; возможности, достоинства и недостатки. Изучение методов прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности	2
	Самостоятельная работа студентов: Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей. Анализ результатов опроса.	1
Раздел 3. Формулирование спроса и стимулирование сбыта гостиничного продукта		19
Тема 3.1 Зависимость потребностей покупателей гостиничных услуг.	Предупредительность желаний потребителей. Относительное качество услуг влияющие на потребности.	4
	Практические занятия: Определение удовлетворенности потребителей гостиничных услуг. Решение ситуационных задач на определение оптимальных каналов сбыта гостиничного продукта. Разработка гостиничного продукта и определение его характеристик и оптимальную номенклатуру услуг.	2
	Самостоятельная работа студентов: Определение каналов распространения товаров и услуг	2
Тема 3.2 Инструмент	Спрос и предложение на гостиничный продукт. Изучение спроса и предложения на рынке	4

продвижения спроса и стимулирования. Основные виды продвижения.	Практические занятия: Разработка программы по организация и реализация сбытовой политики в предприятиях сферы гостеприимства. Решение ситуационных задач на определение оптимальных каналов сбыта гостиничного продукта.	2
	Самостоятельная работа студентов: Жизненный цикл гостиничного продукта. Создание базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков.	2
Раздел 4 Выявление конкурентоспособности гостиничного продукта		
Тема 4.1 Распределение товаров и услуг. Функции работников по распределению.	Каналы реализации товаров и услуг. Основные системы классификация потребностей гостя	4
	Практические занятия: Классификация потребностей по каналам реализации	2
	Самостоятельная работа студентов: Гостиничный продукт и гостиничная услуга: понятие, отличие от товара.	2
Тема 4.2 Сбыт и вознаграждение работников, участвующих в реализации гостиничного продукта	Сбыт и каналы сбыта, технология стимулирования. Методы изучения и оценки потребительских запросов и предпочтений	4
	Практические занятия: Составление рекламных текстов на услуги гостиницы	2
	Самостоятельная работа студентов: Повышение качества обслуживания.	2
Тема 4.3 Производственно-сбытовая сфера в РФ.	Сервисные предприятия и сбыт услуг. Производственные предприятия и сбыт товара	4
	Практические занятия: Определение особенности внешней среды, внутренней среды по туристическому агентству г. Тольятти.	2
	Самостоятельная работа студентов: Качество гостиничного продукта: понятие, показатели, методы оценки. Управление качеством гостиничного продукта. Изучение правил предъявления и рассмотрения претензий по качеству	2
Тема 4.4 Стратегическое планирование, особенности.	Основные понятия стратегического планирования. Стратегическое и краткосрочное планирование	4
	Практические занятия: Определение стратегии предприятия	2
	Самостоятельная работа студентов: Разработка планов продаж	2
Тема 4.4 Формулирование программ	Основные программы предприятия сервиса. Схемы создания программ (лидер, босс)	4
	Практические занятия: Разработка новых и усовершенствование действующих гостиничных услуг	2

	Самостоятельная работа студентов: Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта. Изучение факторов, влияющих на разработку и объем продаж гостиничного продукта.	2
Тема 4.5 Методы изучения и оценки (анализа) потребительских запросов и предпочтений	Основные методы анализа запросов. Деятельность маркетологов по анализу, оценке запросов	4
	Практические занятия: Выбор целевых рынков для реализации. Выявление потребностей целевой группы потребителей на гостиничные услуги.	2
	Самостоятельная работа студентов: Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия. Овладение методикой SWOT анализа.	2
Тема 4.6 Определение потребительских ценностей и удовлетворения потребителей	Основные потребительские ценности. Потребности клиентов: привычки, желания	4
	Практические занятия: Выбор средств рекламных материалов. Составление профессиональной карты менеджера по реализации гостиничного продукта.	4
	Самостоятельная работа студентов: Выявление факторов продуктовой политики гостиничного предприятия.	2
Тема 4.7 Обратная связь и контроль качества продукта	Сообщение информации сверху вниз. Изучение качества и контроль гостиничного продукта	2
	Практические занятия: Изучение правил предъявления и рассмотрения претензий по качеству	2
	Самостоятельная работа студентов: Ознакомление с Антимонопольным законодательством. Ознакомление с Государственной программой поддержки малого предпринимательства.	2
Тема 4.8 Гостиничный продукт: характерные особенности	Гостиничный продукт и гостиничная услуга: понятие, отличие от товара. Этапы жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Специфика РЖЦ гостиничного продукта. Выявление взаимосвязи конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	2
	Практические занятия: Определение конкурентов гостиничного предприятия в целевом сегменте рынка.	2
	Самостоятельная работа студентов: Разработка товарной стратегии гостиничного предприятия	2
Тема 4.9 Методы формирования	Основные методы формирования гостиничного продукта. Выбор одного из важнейших методов	2

гостиничного продукта	Практические занятия: Изучение методики расчета базисной цены гостиничного продукта. Формирование ценовой политики гостиницы, характеристика и порядок применения скидок.	4
	Самостоятельная работа студентов: Ознакомление методов стимулирования сбыта в комплекса маркетинговых коммуникаций.	2
Тема 4.10 Разработка программ маркетинга	Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи. Служба маркетинга: функции, назначение. Изучение структуры службы продажи и маркетинга, функций отделов и должностных инструкций сотрудников. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребность, нужда, спрос их общность и различия. Классификация потребностей. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их характеристика, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса.	2
	Практические занятия: Установление основных компетенций сотрудников отдела продаж и маркетинга. Ознакомление с требованиями к специалисту по маркетингу и должностными характеристиками. Решение ситуационных задач.	4
	Самостоятельная работа студентов: Установление основных видов потребностей и товаров - как средств их удовлетворения.	2
Тема 4.11 Выбор целевых рынков для реализации	Рынок: понятие, виды, признаки. Основные рыночные показатели. Изучение состояния и перспектив развития рынка гостиничных услуг. Определение сегментов рынка услуг для реализации гостпродукта. Предложение гостпродукта постоянным клиентам	2
	Практические занятия: Определение технологии стимулирования у туристического оператора по РФ.	4
	Самостоятельная работа студентов: Позиционирование гостиничного продукта	2
Тема 4.12 Обеспечение профессиональной стабильности рыночной культуры	Составление профессиональной карты менеджера. Основные требования к профессии	
	Практические занятия Профессиональная карта менеджера	4
	Самостоятельная работа студентов: Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).	2
Тема 4.13 Разработка новых и усовершенствования	Разработка нового гостпродукта на основе маркетингового исследования. Усовершенствование, повышение качества услуг.	2

ние действующих гостиничных услуг	Практическое задание: Разработка новых и усовершенствование действующих гостиничных услуг	4
	Самостоятельная работа студентов: Подготовка докладов и рефератов по темам: <ul style="list-style-type: none"> • Стратегия гостиницы в области товарной политики • Формирование сбытовой стратегии гостиничного предприятия • Разработка программ стимулирования сбыта, оценка результатов • Разработка гостиничных продуктов- новинок • Методы стимулирования сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций 	2
Тема 4.14 Особенности жизненного цикла гостиничного продукта	Этапы жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Специфика РЖЦ гостиничного продукта. Выявление взаимосвязи конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	2
	Практическое задание: Составление схемы	4
	Самостоятельная работа студентов: Выявление факторов продуктовой политики гостиничного предприятия.	2
ВСЕГО:		132

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета организации продаж гостиничного продукта

Оборудование учебного кабинета:

Рабочее место преподавателя: стол, стул мягкий, персональный компьютер, кафедра; 15 двухместных ученических столов и стулья на 40 посадочных мест, учебная доска, персональные компьютеры 12шт.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

3.2.1. Основная литература:

1. Полевая М.В., Третьякова А.Н. Управление персоналом в гостиничном сервисе: учебник для СПО.-М.: Академия, 2014.-203 с.

2. Турковский, Марек. Маркетинг гостиничных услуг [Текст]: пер. с польск. - М.: Финансы и статистика, 2008. - 294 с.

3. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст]: учеб. пособие для СПО доп. МО - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. - 303 с.

4. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебно-практич. Пособие. - М.: Юристъ, 2001. - 222 с.:

3.2.2. Дополнительная литература:

1. Сорокина, А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах [Текст]: учеб. пособие для СПО доп. МО - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2007. - 303 с.

2. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебно-практич. Пособие. - М.: Юристъ, 2001. - 222 с.

3.2.3. Интернет-ресурсы:

1. Семених В. Деятельность гостиниц // Аудит и налогообложение.- 2010, № 8. - Режим доступа СПС "Консультант Плюс".

2. "ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА В РОССИИ" (БЫЧКОВ А.И.) ("ИНФОТРОПИК МЕДИА", 2017)// РЕЖИМ ДОСТУПА "КОНСУЛЬТАНТПЛЮС"

3. Тимохина, Т. Л. Гостиничный сервис: учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 331 с. //режим доступа «ЭБС Юрайт»

4. Тимохина Т.Л. Технологии гостиничной деятельности: Теория и практика: учебник для прикладного бакалавриата / т. л. Тимохина. — м.: издательство Юрайт, 2017. — 336 с. //режим доступа «эбс юрайт»

5. Тимохина, Т. Л. гостиничная индустрия: учебник для спо / т. л. тимохина. — м.: издательство юрайт, 2017. — 336 с. //режим доступа «эбс юрайт»

6. Тимохина, Т. Л. организация гостиничного дела: учебник для прикладного бакалавриата / Т. Л. Тимохина. — м.: издательство Юрайт, 2017. — 331 с.//режим доступа «эбс юрайт»

7. Руденко Л.Л. технологии гостиничной деятельности [электронный ресурс]: учебное пособие. — м.: «Дашков и К°», 2013. — 176 с.// nashol.com

8.4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения письменного опроса с использованием карточек тестового типа, тестирования с использованием тестов различного уровня сложности, проверки домашнего задания, использования нормативов при надевании средств индивидуальной защиты, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
знать	
состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг;	Письменный опрос по карточкам тестового типа
Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования;	Подготовить краткое сообщение
Особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия;	Тестирование Составление схемы жизненного цикла гостпродукта
Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом;	Письменный опрос по карточкам тестового типа
формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице;	Оформление затрат гостиницы за конкретный месяц.
особенности продажа номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;	Письменный опрос по карточкам тестового типа
специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на её формирование, систему скидок и надбавок;	Письменный опрос по карточкам тестового типа
специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.	Тестирование
уметь	
выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги, проводить сегментацию рынка;	Тестирование
разрабатывать гостиничный продукт соответствии с запросами; потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;	Тестирование по жизненным потребностям, включая потребности в отдыхе.
оценивать эффективность сбытовой политики;	Составление схемы по сбыту гостпродукта
выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность;	
формулировать содержание рекламных материалов;	Письменный опрос по карточкам тестового типа
собирать и анализировать информацию о ценах;	