

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.04 ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА

Рабочая программа производственной практики ПМ.04 «Продажи гостиничного продукта» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 43.02.11 Гостиничный сервис.

Цели и задачи практики – требования к результатам освоения практики

В результате освоения практики обучающийся должен

приобрести практический опыт:

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта (ПО-4.1);
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов (ПО-4.2);
- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации (ПО-4.3);
- участия в разработке комплекса маркетинга (ПО-4.4);

освоить трудовые действия (ПС – Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц, утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. №282н):

- проведение встреч, переговоров и презентаций гостиничного продукта потребителям, партнерам и другими заинтересованным сторонам (ТД-4.1);
- разрешение проблемных ситуаций потребителей, партнеров, заинтересованных сторон (ТД-4.2);

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.

развить способности, необходимые для формирования общих компетенций (далее 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), 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.

развить способности, необходимые для формирования профессиональных компетенций (далее 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