



УТВЕРЖДЕНО:
Педагогическим советом Колледжа

Протокол №4 от «24» февраля 2021 г.
с изм. Протокол №6 от 18 июня 2021г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

ОП.02. Основы маркетинга гостиничных услуг

основной профессиональной образовательной программы среднего
профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего
звена


по специальности: *43.02.14 Гостиничное дело*
Квалификация: *специалист по гостеприимству*
год начала подготовки: *2021*

Разработчики:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
<i>преподаватель</i>		<i>Варламова А.В.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена руководителем ППСЗ:

должность	подпись	ученая степень и звание, ФИО
<i>Руководитель ОПОП 43.02.14.Гостиничное дело</i>		<i>Варламова А.В.</i>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 2

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**



1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «Основы маркетинга гостиничных услуг»

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «**Основы маркетинга гостиничных услуг**» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 43.02.14. *Гостиничное дело*.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 1- ОК 5, ОК 9 - ОК 11, ПК 4.1.- ПК 4.3.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

Код ПК, ОК, ЛР	Умения	Знания
ПК 4.1.	планировать и прогнозировать продажи	рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка; виды каналов сбыта гостиничного продукта
ПК 4.2.	осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг, выделять целевой сегмент клиентской базы собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка, ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей; выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению; проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж	способы управления доходами гостиницы; особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе; особенности работы с различными категориями гостей; методы управления продажами с учётом сегментации; способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ; особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; каналы и технологии продаж гостиничного продукта; ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; методы максимизации доходов гостиницы; критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; виды отчетности по продажам; нормативные документы, регламентирующие работу службы



		бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж; перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию; методике проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта
ПК 4.3.	оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж; определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта; разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.	критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж; виды отчетности по продажам
ОК 1.	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)	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 смежных областях; методы работы в профессиональной смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 2.	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.	Номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.



ОК 3.	Определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития	Содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования
ОК 4.	Организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами	Психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности
ОК 5.	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе	особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений..
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
ОК11	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
ЛР 14		
ЛР 15		



ЛР 16		
ЛР 17		
ЛР 18		
ЛР 19		
ЛР 20		
ЛР 21		

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем в часах
Объем образовательной программы учебной дисциплины	92
в т.ч. в форме практической подготовки	-
в т. ч.:	
теоретическое обучение	30
лабораторные работы <i>(если предусмотрено)</i>	-
практические занятия <i>(если предусмотрено)</i>	32
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено для специальностей)</i>	-
контрольная работа <i>(если предусмотрено)</i>	-
<i>Самостоятельная работа</i>	10
<i>Консультация</i>	2
<i>Промежуточная аттестация в форме экзамена</i>	18



2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.02. Основы маркетинга гостиничных услуг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, лабораторные занятия, семинары, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	
1	2	3	
Тема 1 Введение в маркетинг гостиничных услуг.	Содержание учебного материала лекций	6	
	1. Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность маркетинга. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции, средства маркетинга.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	2 Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3
	3. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2
	4. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2	
Практические занятия		4	



	Выполнение практических работ – «Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства г.Москвы». «Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды»		ПК 4.1 ПК 4.2
Тема 2 Рынок гостиничных услуг.	Содержание учебного материала лекций	6	
	1. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2
	3. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2
	4. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.1 ПК 4.2
	Практические занятия		
Выполнение практических работ – «Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг», «Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства». Решение ситуационных задач, кейсов.	4	ПК 4.1 ПК 4.2	
Тема 3. Составляющие	Содержание учебного материала лекций	4	



комплекса маркетинга.	1. Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4Р, 5Р, 7Р).		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2
	3. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2
	4. Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2
	5. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2
	Практические занятия		
	Выполнение практических работ – «Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления», «Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов».	4	ПК 4.1 ПК 4.2
Тема 4	Содержание учебного материала лекций	6	



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТИС

Лист 10

Коммуникационная политика гостиничного предприятия	1. Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2 ПК 4.3.
	3. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2 ПК 4.3
	4. Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2
	5 PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК11 ПК 4.2
	Практические занятия		
	Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки для виртуальной гостиницы. Формирование рекламных материалов: брошюр, каталогов, буклетов для виртуальной гостиницы.	10	ПК 4.2



	Выполнение практической работы – «Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия».		
Тема 5 Методологические основы маркетинговых исследований.	Содержание учебного материала лекций	6	
	1. Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2
	2. Основные принципы организации маркетингового исследования (этапы исследования). Виды информации. Источники сбора информации.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.1 ПК 4.2
	3. Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2
	4. Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2
	5. Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2
	6. Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.		ОК 01 - ОК 5, ОК9-ОК10 ПК 4.2



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТИС

Лист 12

			ПК 4.3.
	Практические занятия	6	ПК 4.1 ПК 4.2
	Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет. Сравнительный анализ сайтов гостиниц 4* и 5*. Презентация данных полученных в ходе анкетирования среди сотрудников или гостей гостиницы.		
	Самостоятельная работа обучающихся	6	ПК 4.1 ПК 4.2
	Разработка анкеты и проведение опроса среди гостей и/или сотрудников гостиницы. Обработка полученных данных. Разработка практических рекомендаций по совершенствованию (не менее 5).		
Тема 6 Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Содержание учебного материала лекций	2	ОК 01 - ОК 5, ОК9- ОК10 ПК 4.2
	1. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг.		
	2. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	4	ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3.
	Практические занятия		
	1. Практическая работа – «Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению».		
Самостоятельная работа обучающихся	4		
Составление словаря терминов.			
Консультации		2	



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК
РГУТИС

Лист 13

	часа	
Промежуточная аттестация	18	
	часов	
Всего:	92	
	часа	



3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета основ маркетинга.

Оборудование учебного кабинета: специализированная учебная мебель.
ТСО: Переносное видеопроекционное оборудование.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Основы маркетинга сферы услуг : учебное пособие / В.Д. Грибов. — Москва : КноРус, 2019. Режим доступа <https://www.book.ru/book/930999>
2. Мазилкина, Е. И. Организация продаж гостиничного продукта : учебное пособие / Е.И. Мазилкина. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 207 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014060-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1838392>
3. Организация гостиничного дела : учеб. пособие / С.А. Быстров. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2019. Режим доступа Режим доступа <http://znanium.com/catalog/product/961520>

Дополнительные источники:

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник для бакалавров / под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 433 с. - ISBN 978-5-394-03753-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091105>

Электронные издания (электронные ресурсы):

1. http://hotel.web-3.ru/intarticles/?act=full&id_article=7830
2. <http://h-code.ru/2009/11/mobile-marketing-in-hotel-business/>
3. <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/business/249/>
4. <http://prohotel.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.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>Освоение содержания учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг» обеспечивает достижение студентами следующих результатов:</p> <ul style="list-style-type: none">• планировать и прогнозировать продажи;<ul style="list-style-type: none">• осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;• выделять целевой сегмент клиентской базы;• собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;• ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;• разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;• выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;• проводить обучение персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.• оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;• определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;• разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none">• рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;• виды каналов сбыта гостиничного продукта.• способы управления доходами гостиницы;	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none">– домашние задания проблемного характера;– практические задания/работы– работа в малых группах, выполнение заданий проектного характера;- тестовые задания <p>Промежуточная аттестация: Экзамен</p>



- особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;
- особенности работы с различными категориями гостей;
- методы управления продажами с учётом сегментации;
- способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;
- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
- ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
- принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;
- методы максимизации доходов гостиницы;
- критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
- виды отчетности по продажам;
- нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п документооборот службы бронирования и продаж;
- перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;
- методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта.
- критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж;
- виды отчетности по продажам.
- 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;



<p>методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности.</p> <ul style="list-style-type: none">• номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации.• содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования.• психология коллектива; психология личности; основы проектной деятельности.	
ЛР 14. Выполняющий профессиональные навыки в сфере <i>гостиничного дела</i> с учетом специфики субъекта Российской Федерации	
ЛР 15. Выполняющий трудовые функции в сфере <i>гостиничного дела</i>	
ЛР 16. Способный анализировать производственные ситуации, быстро принимающий решение в нестандартных ситуациях	
ЛР 17. Проявляющий интерес и стремление к процессу обучения, непрерывному образованию, владеющий инновационными методами	
ЛР 18. Проявляющий качества социально зрелой личности, обладающей четкой социальной позицией и умеющей эффективно применять навыки бесконфликтного общения в профессиональной деятельности	
ЛР 19. Демонстрирующий профессиональные навыки в сфере	



<i>гостиничного дела</i>	
ЛР. 20. Демонстрирующий нравственные принципы личности и способного выполнять функции гражданина, работника и семьянина.	
ЛР 21. Демонстрирующий осознание роли профессионала сферы гостеприимства, чувства ответственности перед выбранной специальностью, высокий уровень адаптации и социализации в современных условиях	