


**Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»
Факультет среднего профессионального образования**

Утверждаю:
проректор по учебно-методической работе


_____ **Н.Н. Лагусева**
« 31 » августа 2015г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

производственной практики

Профессионального модуля ПМ. 04

«Продажи гостиничного продукта» (базовый уровень подготовки)

43.02.11 Гостиничный сервис

квалификация «Менеджер»

г. Химки, микр. Сходня, 2015 г.

Рабочая программа производственной практики профессионального модуля ПМ.04 Продажи гостиничного продукта составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) к минимуму содержания и уровню подготовки дипломированного специалиста по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис и предназначена для обучения студентов факультета среднего профессионального образования Российской международной академии туризма, изучающих данный модуль в рамках профессионального модуля.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании Совета факультета. Протокол № 1 от «25» августа 2015г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета СПО

Г.И. Зорина
Г.И. Зорина
«28» августа 2015г

Зам.декана факультета по УМР

Ю.В. Гаврилова
Ю.В. Гаврилова
«28» августа 2015г.

Заведующая библиотекой

Н.П. Потапова
Н.П. Потапова
«28» августа 2015г

Составитель (автор):

Баякаева А.Б., гл. специалист по практике факультета СПО.

СОГЛАСОВАНО: ✓

ООО "ВнеОНА"

(название предприятия)

Начальник Управления набора персонала

(должность)

Варшавина И.В.

(ФИО)

(подпись)

МП

ПЕРСОНАЛА

МОСКВА

СОГЛАСОВАНО:

ИП. Арашова Елена Шариповна

(название предприятия)

Директор - Управляющая компания "Мария"

(должность)

Арашова Елена Константиновна

(ФИО)

(подпись)

МП

Елена Константиновна

СОГЛАСОВАНО:

ООО "ВнеОНА"

(название предприятия)

Директор по персоналу

(должность)

Фридрих В.В.

(ФИО)

(подпись)

МП

СОГЛАСОВАНО:

Комплекс строит. завидов

(название предприятия)

Специальный отдел управления

(должность)

персонала

(подпись)

МП

Комплекс "ЗАВИДОВО"

СОГЛАСОВАНО:

ООО "МедоМ"

(название предприятия)

Персональный директор

(должность)

Медведев М.А.

(ФИО)

(подпись)

МП

СОДЕРЖАНИЕ

| | Стр. |
|--|-------------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 4 |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 6 |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 7 |
| 4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ | 7 |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ | 14 |

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Место производственной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ)

Программа производственной практики является частью ППССЗ по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД): Продажи гостиничного продукта.

Рабочая программа производственной практики разрабатывалась в соответствии с:

1. Требованиями ФГОС СПО;
2. Рабочим учебным планом образовательного учреждения;
3. Рабочей программой профессионального модуля.

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности ПМ.04 Продажи гостиничного продукта, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

Результатом прохождения учебной практики по профессиональному модулю является получение практических навыков:

иметь практический опыт:

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбор оптимального гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;
- участие 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 ее формирование, система скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики:

Всего 2 неделя, 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом производственной практики является освоение:

1) общих компетенций (ОК):

| Код | Наименование результата практики |
|-------|--|
| 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. |

2) профессиональных компетенций (ПК):

| Вид профессиональной деятельности | Код | Наименование результатов практики |
|--|------------|--|
| <p>ПМ.04 Продажи гостиничного продукта</p> | 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. |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план

Таблица №1

| Коды формируемых компетенций | Наименование профессионального модуля | Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах) | Сроки проведения |
|--|--|---|-----------------------------------|
| ПК 3.1 ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4 ОК 1. ОК 2. ОК 3. ОК 4. ОК 6. ОК 7. ОК 8. ОК 9. | ПМ.04 Продажи гостиничного продукта | 72 часа | с 28 марта по 10 апреля 2016г. |

Таблица №2

| Междисциплинарный курс | Курс | Семестр | Объем времени, отведенный на освоение МДК | | | | | | Самостоятельная работа обучающихся | Практика | |
|------------------------|------|---------|---|----------------------------------|-----------------------|---------------------|----------------------|---------------------------|------------------------------------|-----------|-----------|
| | | | Максимальная учебная нагрузка и практика | Обязательная аудиторная нагрузка | | | | | | | |
| | | | | Всего часов | в том числе | | | | | | |
| | | | | | Теоретические занятия | Лабораторные работы | Практические занятия | Курсовые работы (проекты) | | | |
| | III | 6 | 303 | 130 | 57 | - | 73 | - | 65 | 36 | 72 |
| Всего | | | 303 | 130 | 57 | - | 73 | - | 65 | 36 | 72 |

Таблица №3

| № | Виды работ | Обязательная аудиторная учебная нагрузка | Производственная практика | |
|------|---|--|---------------------------|-----------|
| 1.1. | Субъекты и объекты маркетинговой деятельности гостиничного предприятия. | | 6 | |
| 1.2. | Сегментация рынка гостиничных услуг. | | 6 | |
| 1.3. | Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИС). | | 8 | |
| 1.4. | Коммуникационная политика гостиничного предприятия | | 8 | |
| 2.1. | Конкуренция в сфере гостиничного хозяйства. | | 4 | |
| 2.2. | Конкурентоспособность гостиничного продукта | | 8 | |
| 2.3. | Конкурентоспособность гостиничного предприятия | | 8 | |
| 3.1. | Составляющие комплекса маркетинга. | | 4 | |
| 3.2. | Разработка гостиничного продукта. | | 8 | |
| 3.3. | Ценовая политика гостиничного предприятия. | | 8 | |
| 3.4. | Методы распространения и стимулирования сбыта гостиничного продукта. | | 4 | |
| | Всего: | | 130 | 72 |

Итоговая аттестация по практическому освоению модуля – МДК – дифференцированный зачет, ПМ – экзамен (квалификационный).

3.2.Содержание производственной практики

| Индекс модуля, МДК | Раздел № | Виды работ | Содержание работ | Кол-во часов |
|--|--|---|---|--------------|
| МДК.04 Организация продаж гостиничного продукта | Раздел 1. Выявление, формирование и стимулирование спроса на гостиничные услуги | Субъекты и объекты маркетинговой деятельности гостиничного предприятия. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Знакомство с работой сотрудников службы продажи и маркетинга ; ➤ Выявление и анализ спроса на гостиничные услуги. ➤ Анализ особенности поведения потребителей гостиничных услуг. | |
| | | Сегментация рынка гостиничных услуг. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Анализ информации о рынке предложений гостиничных продуктов. ➤ Создание базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков. ➤ Выявление конкурентов гостиничного предприятия. | |
| | | Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИС). | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Определение характеристик гостиничного продукта и его оптимальную номенклатуры. ➤ Выявление каналов сбыта гостиничного предприятия. | |
| | | Коммуникационная политика гостиничного предприятия | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Определение стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания ➤ Анализ ценовой политики гостиницы и ее конкурентов. ➤ Анализ эффективности используемых в гостинице рекламных средств и текстов. | |
| | | Итого: | | |
| МДК.04 Организация | Раздел 2. Выявление | Конкуренция в сфере гостиничного хозяйства. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Выявление параметров сегментации целевого рынка. | |

| | | | | |
|--|---|--|--|-----------|
| продаж гостиничного продукта | конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия | Конкурентоспособность гостиничного продукта | ➤ Анализ возможности освоения новых сегментов рынка. | |
| | | Конкурентоспособность гостиничного предприятия | ➤ Оценка эффективности сбытовой политики. | |
| | | Итого: | | 20 |
| МДК.04 Организация продаж гостиничного продукта | Раздел 3. Разработка комплекса маркетинга | Составляющие комплекса маркетинга. | ➤ Определение конъюнктуру рынка гостиничных услуг. | |
| | | Разработка гостиничного продукта. | ➤ Оценка конкурентоспособность гостиничного предприятия и продукта. | |
| | | Ценовая политика гостиничного предприятия. | ➤ Оценка качества гостиничного продукта и оформление документов по качеству | |
| | | Методы распространения и стимулирования сбыта гостиничного продукта. | ➤ Формирование комплекса дополнительных услуг гостиничного предприятия. ➤ Составление и разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в гостиничном предприятии. | |
| | | Итого: | | 24 |
| ВСЕГО: | | | | 72 |

4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинета: Организации продаж гостиничного продукта.

тренинговый кабинет: Служба продажи и маркетинга.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета

«Организации продаж гостиничного продукта»:

- посадочные места по количеству обучающихся,
- рабочее место преподавателя,
- телевизор магнитофон,
- обучающие видеоносители,
- компьютерное место преподавателя, экран, проектор,
- тематические стенды, специализированные плакаты,
- комплекты раздаточного материала,
- демонстрационные материалы,
- комплект бланков документации службы продажи и

маркетинга;

- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (образцы рекламных буклетов, опросных листов, анкет и т.д.),
- инструкция и журнал по технике безопасности.

Технические средства обучения:

- телефон, факс, компьютеры, принтер, сканер, программное обеспечение общего и профессионального назначения, Интернет, комплект учебно-методической документации

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

Специализированная мебель, телефон, факс, компьютеры, принтер, сканер, программное обеспечение профессионального обеспечения, специальное оборудование.

Тренинговый кабинет «Службы продаж и маркетинга».

Рабочие места по количеству обучающихся.

Перечень средств обучения: компьютеры, копировальный аппарат, сканер, факсимильный аппарат, принтер, экран, специализированная мебель, специальное оборудование (modem, smart и т.д.), экранно-звуковые пособия, компьютерные программы по организации продаж, комплект бланков договоров продажи, видео фильмы, отражающие содержание профессионального модуля.

Основными средствами обучения являются электронные образовательные ресурсы, плакаты, образцы анкет, опросных листов, рекламных буклетов, слайды, видеоматериал, фото-материал на дисках, сайты Интернета.

4.2. Общие требования к организации производственной практики обучающихся

Реализация программы модуля предполагает концентрированную производственную практику после освоения каждого раздела модуля.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику на базе гостиниц являющимися социальными партнерами РМАТ к ней допускаются студенты, не имеющие академических задолженностей и прошедшие учебную и производственную практику по модулям: МДК 01, МДК 02, МДК 03 и учебную практику по модулю МДК 04.

Производственная (по профилю специальности) практика завершаются дифференцированным зачетом.

При проведении практических и лабораторных занятий в рамках освоения междисциплинарного курса **Продажи гостиничного продукта** в

зависимости от сложности изучения темы рекомендуется деление на подгруппы.

Изучение программы модуля завершается квалификационным экзаменом, который предполагает представление портфолио профессиональных достижений студента и защиту методических материалов.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля Продажи гостиничного продукта является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля ПМ. 05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»

4.3. Информационное обеспечение

Нормативно-правовые документы

1. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015г №1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».
2. ГОСТ Р 51185-98 Туристские услуги
3. ГОСТ Р 50645-94 Туристско-экскурсионное обслуживание
4. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1 (в ред. Федеральных законов от 09.01.1996 г. – 25.10.2007 г.)
5. Кодекс РФ «Об информации, информатизации и защите информации от 25.01.1995 г.
6. Международные гостиничные правила, одобренные Советом Международной гостиничной ассоциации (2 ноября 1981 года)
7. Межрегиональная гармонизация критериев гостиничной классификации на основе классификационных стандартов, одобренная региональными комиссиями ВТО в 1989 году
8. Постановление Правительства РФ «Об утверждении правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» от 25апреля

1997 г. №490 (в ред. Постановления Правительства РФ от 02.10.1999г.- 01.02.2005 г.)

9. Постановление Правительства РФ от 17 июля 1995 г. N 713 "Об утверждении Правил регистрации и снятия граждан Российской Федерации с регистрационного учета по месту пребывания и по месту жительства в пределах Российской Федерации и перечня должностных лиц, ответственных за регистрацию"

10. Постановление Правительства Москвы от 18 июля 2006г № 516-ПП «О неотложных мерах по стимулированию развития гостиничного хозяйства города Москвы»

11. Приказ Федерального агентства по туризму «Об утверждении системы классификации гостиниц и других средств размещения» от 21 июля 2005 г. №86.

12. Постановление Правительства РФ от 04.07.1992 №470 «Об утверждении перечня территорий Российской Федерации с регламентированным посещением для иностранных граждан» (с изменениями);

13. Постановление Правительства РФ от 11.10.2002 №754 «Об утверждении перечня территорий, организаций и объектов, для въезда на которые иностранным гражданам требуется специальное разрешение» (с изменениями);

14. Правилами осуществления миграционного учета иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 15.01.2007 №9

15. Федеральным законом от 25.07.2002 №115-ФЗ «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации» (с изменениями)

16. Федеральным законом от 18.07.2006 №109-ФЗ «О миграционном учете иностранных граждан и лиц без гражданства в Российской Федерации»

Учебники и учебные пособия:

1. Лукич, Р. Управление продажами / Р. Лукич. - М. : Альпина Паблицер, 2013. - 212 с. : ил., табл. - ISBN 978-5-9614-2243-6 ; То же

[Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279013>

2. Сорокина А.В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. Гриф МО РФ, издательство «Инфра-М, Альфа-М», 2014

3. Мурахтанова Н.М. Маркетинг: учебник для СПО. – М.: Академия, 2013. – 304 с.

4. Сарафанова Е.В. Маркетинг в туризме: учеб. пос. – М.: Альфа-М : Инфра-М, 2011. – 240 с.

5. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714>

6. Маркетинг туризма : учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с. <http://www.russiatourism.ru/urgent/7412/>

7. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 304 с. <http://www.russiatourism.ru/urgent/7412/>

Периодические издания:

1. Журнал «Отель» www.hotelmagazine.ru

2. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма» <http://spst-journal.org/>

3. Журнал «Справочник секретаря и офис-менеджера» <http://www.sekretariat.ru/emagazinessom/>

Интернет-ресурсы

1. <http://www.travelmole.com>

2. www.hotelnews.ru

3. <http://www.stonef.ru/history.htm>
4. <http://all-hotels.ru>
5. <http://www.amadeus.ru/>
6. <http://www.gaomoskva.ru>

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|--|---|
| ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги. | <ul style="list-style-type: none"> • Правильность выявления спроса на гостиничные услуги; • Правильность проведения сегментации рынка, выявление параметров сегментирования и целевого рынка; • Правильное выявление особенностей поведения потребителей. • Грамотность общения с потребителем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги в т.ч. на иностранном языке; | <p>Наблюдение за действиями студентов на практических занятиях.</p> <p>Экспертная оценка выполнения практических работ.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональной компетенции в рамках текущего контроля в ходе наблюдения за деятельностью обучающегося на учебной и производственной практике.</p> |
| ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт. | <ul style="list-style-type: none"> • Правильность позиционирования гостиничного продукта; • Грамотность выбора оптимальных методов формирования спроса и продвижения услуг предприятия питания; • Оценка качественного анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов; • Полнота и грамотность анализа информации о рынке гостиничных услуг и создания базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков; • Правильность выбора средств распространения рекламных материалов; • Правильность выбора техники и приемов эффективного общения с гостем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги в т.ч. иностранном языке; • Грамотность выбора целесообразности применения средств и методов маркетинга, выбирать и использовать наиболее рациональные из них. | <p>Наблюдение за действиями студентов на практических занятиях.</p> <p>Экспертная оценка выполнения практических работ.</p> <p>Экспертная оценка освоения профессиональной компетенции в рамках текущего контроля в ходе наблюдения за деятельностью обучающегося на учебной и производственной практике.</p> |
| ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых | <ul style="list-style-type: none"> • Точность и правильность определения конъюнктуры рынка; • Правильность оценки конкурентоспособности гостиничного | <p>Наблюдение за действиями студентов на практических занятиях.</p> |

| | | |
|--|---|--|
| гостиничных услуг. | предприятия и продукта; <ul style="list-style-type: none"> • Грамотность оценки качества гостиничного продукта • Грамотности оформления документов по качеству. | Экспертная оценка выполнения практических работ. |
| ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга. | <ul style="list-style-type: none"> • Грамотность разработки гостиничного продукта в соответствии с запросами потребителей. • Правильность определения характеристик и оптимальной номенклатуры услуг; • Точность и грамотность расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; • Точность и грамотность расчета себестоимости и стоимости гостиничного продукта; • Правильность определения жизненного цикла услуги гостиницы; • Правильность выбора информации о ценах и ценовой политики конкурентов; • Грамотность составления рекламных текстов на услуги гостиницы; • Правильность выбора средств распространения рекламы, • Правильность определения эффективности рекламы; • Полнота и грамотность формирования базы данных и различных информационных ресурсов; • Грамотность общения с потребителем в процессе разработки комплекса маркетинга и спроса, в т.ч. на иностранном языке. • Грамотности использования техники и приемов эффективного общения с гостями, деловыми партнерами и коллегами. | Экспертная оценка освоения профессиональной компетенции в рамках текущего контроля в ходе наблюдения за деятельностью обучающегося на учебной и производственной практике. |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций обеспечивающих их умений.

| Результаты (освоенные общие компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|--|---|--|
| ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | <p>-точность аргументации и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии.</p> <p>-способность проявлять активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности, участвуя в студенческих конференциях, профессиональных конкурсах и т.д.</p> <p>- наличие положительных отзывов по итогам учебной практики.</p> | |
| ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | <p>-точность и правильность выбора применения рациональных методов и способов решения профессиональных задач в области контроля качества продукции и услуг.</p> <p>-полнота оценки эффективности и качества выполнения профессиональной задачи;</p> | Наблюдение и |
| ОК3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность | <p>-принимать стандартные и нестандартные решения при подготовке и проведении производственного контроля на предприятии общественного питания.</p> <p>-принимать стандартные и нестандартные решения в процессе идентификации продукции и услуг;</p> | экспертная оценка на практических и лабораторных занятиях и в процессе учебной практики. |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | - нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | Экспертная оценка решения ситуационных задач. |
| ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | - демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | Экспертная оценка выполнения индивидуальных заданий. |
| ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | - взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения. | |

| | | |
|---|---|--|
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. | - проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий. | |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | - планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня. | |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | - проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности. | |

Итоговыми документами обучающихся, подтверждающими практическое освоение всех видов профессиональных компетенций модуля, являются:

- дневник по производственной практике.
- отчет по производственной практике, включающий в себя характеристику на обучающегося от организации, аттестационный лист обучающегося, фотографии, схемы, таблицы.

Образовательное частное учреждение высшего образования
«Российская международная академия туризма»
Факультет среднего профессионального образования

Отчёт

по производственной (профессиональной) практике
«Продажи гостиничного продукта» (базовый уровень подготовки)
43.02.11 Гостиничный сервис
квалификация «Менеджер»

Выполнил:

обучающийся группы №

(ФИО, подпись)

Руководитель от Организации:

(ФИО, общая оценка по пятибалльной системе, подпись)

Руководитель от Академии:

(ФИО, общая оценка по пятибалльной системе, подпись)

г. Химки, мкр. Сходня, 201__ г.

Аттестационный лист

Ф.И.О. обучающегося

проходившего производственную практику по профессиональному модулю ПМ 04. Продажи гостиничного продукта (базовый уровень) 43.02.11 Гостиничный сервис, квалификация «Менеджер» в организации

наименование организации

в объеме 72 часов с «__» 201__ г. по «__» 201__ г.

Виды и объем работ, выполненные обучающимся во время практики: Овладение общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями

Результаты аттестации

| Общие и профессиональные компетенции (код и наименование) | Основные показатели оценки результата | Уровень освоения (низкий/средний/высокий) |
|--|--|---|
| ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги. | В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен: | |
| ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт. | иметь практический опыт: изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбор оптимального гостиничного продукта; | |
| ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг. | разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов; | |
| ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга. | выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации; | |
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | участие в разработке комплекса маркетинга; | |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | 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; | |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | оценивать эффективность сбытовой политики; выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность; | |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | формулировать содержание рекламных материалов; собирать и анализировать информацию о ценах; | |
| ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | знать: состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг; гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования; | |
| ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия; потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом; | |
| ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий. | методы изучения и анализа предпочтений потребителя; потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения; | |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, | последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта; | |

| | | |
|---|---|--|
| осознанно планировать повышение квалификации. | формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице; | |
| ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, система скидок и надбавок; специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта. | |

1. Мотивация студента – интерес к данному конкретному виду практики, отделу, предприятию (*нужное подчеркнуть*):

- высокий;
- средний;
- низкий.

2. Организация собственной деятельности, выбор типовых методов и способов выполнения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества (*нужное подчеркнуть*)::

- высокий;
- средний;
- низкий.

3. Принятие решений в стандартных/нестандартных ситуациях и ответственность за них (*нужное подчеркнуть*):

- высокий;
- средний;
- низкий.

4. Сформированность профессиональных умений в соответствии с профессиональными и общими компетенциями (*нужное подчеркнуть*):

- высокий;
- средний;
- низкий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ОТ ОРГАНИЗАЦИИ:

Аттестуемый усвоил и продемонстрировал владение профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями (*нужное подчеркнуть*):

- *высокий уровень освоения*
- *средний уровень освоения*
- *низкий уровень освоения*

Руководитель от организации _____

(Ф.И.О., должность, подпись, печать)

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ОТ АКАДЕМИИ:

Обучающийся усвоил и продемонстрировал владение профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями (*нужное подчеркнуть*):

- *высокий уровень освоения*

- *средний уровень освоения*
- *низкий уровень освоения*

Председатель аттестационной комиссии
Декан факультета СПО

Г.И. Зорина

Члены аттестационной комиссии

Зам. декана по УМР факультета СПО

Ю.В. Гаврилова

Гл. специалист по практике факультета СПО

А.Б. Баякаева

ХАРАКТЕРИСТИКА

на обучающегося факультета СПО РМАТ с места производственной практики

Обучающийся _____
(ФИО полностью)

за время прохождения производственной практики показал, что:

✓ **Умеет** _____

_____;

✓ **Знает** _____

_____;

✓ **Имеет практический опыт** _____

_____;

✓ **В отношении выполнения должностных инструкций и трудовых заданий проявил себя** _____

_____.

Место проведения практики посещалось регулярно/нерегулярно (*нужное подчеркнуть*).

Характеристика дана для предъявления на факультет СПО РМАТ.

(должность руководителя/наставника от организации, ФИО полностью, подпись, печать)

Примерный перечень индивидуальных заданий по производственной практике

**ПМ.04 Продажи гостиничного продукта (базовый уровень)
специальность 43.02.11 Гостиничный сервис
квалификация «Менеджер»**

1. Изучить потребности потребителей гостиничного продукта.
2. Проанализировать потребности потребителей гостиничного продукта.
3. Изучить потребности подбора оптимального гостиничного продукта.
4. Проанализировать подбор оптимального гостиничного продукта.
5. Разработать практические рекомендации по формированию спроса гостиничного продукта для различных целевых сегментов.
6. Разработать практические рекомендации по формированию стимулирования сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.
7. Выявления конкурентоспособности гостиничного продукта.
8. Выявления конкурентоспособности гостиничной организации.
9. Принять активное участие в разработке комплекса маркетинга.
10. Выявить спрос на гостиничные услуги.
11. Проанализировать спрос на гостиничные услуги.
12. Сформировать спрос на гостиничные услуги.
13. Провести сегментацию рынка.
14. Разработать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей.
15. Определить характеристику гостиничного продукта.
16. Определить оптимальную номенклатуру услуг.
17. Оценить эффективность сбытовой политики.
18. Выбрать средства распространения рекламы и определить их эффективность.
19. Сформулировать содержание рекламных материалов.
20. Собрать и проанализировать информацию о ценах.
21. Изучить состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг.
22. Изучить гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования.
23. Изучить особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия.
24. Изучить потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом.
25. Изучить методы изучения и анализа предпочтений потребителя.
26. Изучить потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения.
27. Изучить последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта.
28. Изучить формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице.
29. Изучить особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.
30. Изучить специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, система скидок и надбавок.
31. Изучить специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.