

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал)
Тюменского государственного университета

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Шилов С.П.

« 28 » июля 2020 г.



МДК.04.01 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА
ПМ.04 ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА
Рабочая программа дисциплины
для обучающихся по программе подготовки специалистов среднего звена
43.02.11 Гостиничный сервис
(углубленная подготовка)
Форма обучения – очная

Талипова Гульфия Маратовна. МДК. 04.01 Организация продаж гостиничного продукта ПМ.04 Продажи гостиничного продукта. Рабочая программа дисциплины для обучающихся по программе подготовки специалистов среднего звена 43.02.11 Гостиничный сервис. Форма обучения – очная. Тобольск, 2020.

Рабочая программа дисциплины разработана на основе ФГОС СПО по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 мая 2014 года, № 475.

Рабочая программа учебной дисциплины опубликована на сайте Тобольского пединститута им. Д.И. Менделеева (филиал) ТюмГУ: МДК. 04.01 Организация продаж гостиничного продукта. [электронный ресурс] / Режим доступа: <https://tobolsk.utmn.ru/sveden/education/#>

© Тобольский педагогический институт им. Д.И.Менделеева (филиал) Тюменского государственного университета, 2020

© Талипова Гульфия Маратовна, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт рабочей программы дисциплины.....	3
2. Структура и содержание дисциплины.....	5
3. Условия реализации рабочей программы дисциплины.....	8
4. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины.....	9

1. Паспорт рабочей программы дисциплины

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:

Дисциплина МДК. 04.01 Организация продаж гостиничного продукта услуг входит в профессиональный учебный цикл в составе профессионального модуля ПМ.04 Продажи гостиничного продукта.

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

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;

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 результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

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. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

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.

ПК 4.5. Принимать участие в проведении маркетинговых исследований.

1.4. Количество часов на освоение дисциплины:

Семестр(ы) 6,7 ;

Максимальной учебной нагрузки обучающегося 244 часа, в том числе:

обязательной аудиторной нагрузки обучающегося 176 часов;

самостоятельной работы обучающегося 54 часа.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	244
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	176
в том числе:	
лабораторные занятия	
практические занятия	96
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	54
Форма промежуточной аттестации по дисциплине – контрольная работа, дифференцированный зачет	

2.2 Тематический план и содержание дисциплины

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 04.01 Организация продаж гостиничного продукта			
Раздел 1. Организация и технология продаж гостиничного продукта			
Тема 1.1. Выявление спроса на гостиничные услуги.	Содержание	20	
	1. Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг. Состояние рынка гостиничных услуг, тенденции, происходящие на рынке гостиничных услуг перспективы развития рынка гостиничных услуг.		1
	2. Понятие, особенности и характеристики гостиничных услуг. Услуга, материальная услуга, основные характеристики услуг, классификация услуг, гостиничная услуга, специфика гостиничных услуг.		1
	3. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования. Понятие гостиничного продукта, составляющие гостиничного продукта, методы формирования гостиничного продукта, свойства гостиничного продукта, уровни гостиничного продукта.		1
	4. Особенности жизненного цикла гостиничного продукта. Концепция жизненного цикла товара, особенности жизненного цикла гостиничного продукта, этапы жизненного цикла, действия при формировании гостиничного продукта, маркетинговые мероприятия.		1
	5. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом. Потребности человека, структура потребностей, потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом.		1
	6. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя Потребители и их запросы и предпочтения, методы и приемы изучения и анализа предпочтений и запросов потребителей.		1
	7. Потребитель гостиничного продукта. Классификации потребителей, основные факторы, влияющие на спрос на гостиничные услуги.		1
	8. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта. Понятие сегментации рынка, критерии и признаки сегментации гостиничного рынка, методы сегментации, позиционирование гостиничного продукта, последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта.		1

	Практические занятия	24	2
	1. Возникновение и развитие гостиничного хозяйства.		2
	2. Социально-культурные потребности людей.		2
	3. Анализ потребностей потребителей гостиничного продукта		2
	4. Особенности психологии поведения потребителей гостиничных услуг		2
	5. Соотношение спроса и предложения на гостиничные продукты.		2
	6. Сегментирование рынка гостиничных услуг.		2
	7. Позиционирование гостиничного продукта.		2
	Самостоятельная работа	14	
	1. Подготовить сообщение по теме: «История развития гостиничного бизнеса в России (в Тобольске)».		3
	2. Составить список гостиниц г. Тобольска.		3
	3. Описать свои потребности по модели А. Маслоу.		3
	4. Создать кроссворд на тему: «Гостиничные услуги и гостиничный продукт»		3
	5. Нарисовать графики жизненного цикла продукта, по показателям объема продаж и прибыли во времени.		3
Тема 1.2. Система формирования спроса и стимулирования сбыта услуг гостиниц и гостиничного продукта	Содержание	20	
	1. Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Формирование и управление номенклатурой услуг, основные службы гостиничного предприятия.		1
	2. Особенности продаж номерного фонда и дополнительные услуги в гостинице. Номерной фонд, структура управления номерным фондом, бесплатные дополнительные услуги гостиниц, платные дополнительные услуги гостиниц, организация и предоставление дополнительных услуг.		1
	3. Специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, система скидок и надбавок. Ценообразование на гостиничный продукт, специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, стратегии установления цены на гостиничный продукт, система скидок и надбавок.		1
	4. Система маркетинговых коммуникаций. Понятие маркетинговых коммуникаций, продвижение как процесс маркетинговых коммуникаций, элементы маркетинговых коммуникаций, ФОССТИС, мерчандайзинг.		1
	5. Специфика рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта. Реклама и ее задачи на рынке гостиничных услуг, классификация и виды рекламы, специфика рекламы в сфере гостиничных услуг, критерии выбора каналов распространения рекламы. Основные цели рекламной акции, этапы планирования и технология проведения рекламных компаний, особенности проведения рекламных компаний.		1
	6. Выставочно-ярмарочные предприятия.		1

	Выставки, ярмарки, классификация выставок, организация выставок и ярмарок, анализ результатов участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях.		
	7. Другие формы продвижения гостиничных услуг. Спонсорство, участие т сотрудников в конкурсах, организация конкурсов, лотерей для потребителей гостиничных услуг, продажа сувениров и изделий по случаю праздников, цепочка гостиниц, как форма продвижения гостиничных услуг, рекомендации со стороны других предприятий сферы гостеприимства и туризма.		1
	Практические занятия	24	
	1. Подбор оптимального гостиничного продукта.		
	2. Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.		2
	3. Оценка эффективности сбытовой политики гостиничного предприятия.		2
	4. Оценка эффективности рекламной деятельности предприятия сферы гостиничных услуг.		2
	5. Анализ цен на гостиничные услуги в г.Тобольске.		2
	6. Формирование фирменного стиля предприятий сферы гостеприимства. Товарный знак.		2
	7. Роль персонала в продаже гостиничных услуг.		2
	Самостоятельная работа	14	
	1. Разработать проект рекламных материалов.		3
	2. Разработать проект рекламного бюджета.		3
	3. Сделать конспект по теме «Планирование и оформление выставочной площади»		3
	4. Заполнить таблицу «Сравнительная характеристика элементов маркетинговых коммуникаций»		3
	5. Написать пресс-релиз для рассылки в СМИ		3
	6. Предложить товарный знак и фирменный стиль для открывающейся гостиницы.		3
	7. Написать мини-сочинение на тему «Роль персонала в реализации гостиничных услуг»		3
Раздел 2. Особенности маркетинга и конкурентоспособность гостиничных услуг			
Тема 2.1. Разработка комплекса маркетинга в сфере гостиничного хозяйства и оценка конкурентоспособности оказываемых гостиничных услуг.	Содержание	20	
	1.Понятие маркетинга, виды маркетинга, маркетинговые мероприятия, маркетинговая деятельность, функции и принципы маркетинга, социально-экономическая значимость маркетинга.		1
	2. Особенности маркетинга в сфере гостиничных услуг. Специфика и комплексный характер гостиничного маркетинга, составные элементы системы маркетинга в сфере гостиничных услуг.		1
	3. Конкурентоспособность гостиничных услуг. Конкурентоспособность и качество, их место в маркетинге, проблемы поддержания качества и конкурентоспособности гостиничного продукта, стандарты качества., управление качеством, методические подходы к оценке конкурентоспособности гостиничных услуг.		1

	Практические занятия	24	
	1. Разработка комплекса маркетинга		2
	2. Качество гостиничных услуг и категоризация гостиничных предприятий		2
	3. Стандартизация и сертификация в сфере гостиничных услуг.		2
	4. Выявление конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия.		2
	Самостоятельная работа	14	
	1. Подготовить доклад на тему «История появления и развития маркетинга»		3
	2. Собрать и проанализировать прейскурант цен на гостиничные услуги в г.Тобольске.		3
	3. Составить мини-справочник «Международные гостиничные требования».		3
	4. Сделать сравнительный анализ конкурентоспособности гостиничных продуктов, предлагаемых предприятиями в г.Тобольске.		3
Тема2.2. Разработка и проведение маркетинговых исследований в сфере гостиничного сервиса	Содержание	20	
	1. Понятие и виды, источники маркетинговой информации, сущность и роль, критерии отбора маркетинговой информации.		1
	2. Маркетинговые исследования. Понятие, значение, виды и основные направления маркетинговых исследований, объекты исследования, принципы маркетинговых исследований, формы организации маркетинговых исследований		1
	3. Методы маркетинговых исследований. Опрос, анкетирование, интервьюирование, экспертные оценки, панель, фокус-группы, наблюдение, эксперимент.		1
	4. Правила составления анкет и опросных листов. Инструментарий опроса, правила составления анкет и опросных листов.		1
	5. Процедура маркетинговых исследований. Этапы и правила проведения маркетинговых исследований, разработка программы исследования, обоснование концепции исследования, сбор информации, анализ и интерпретация результатов, представление результатов исследования.		1
	6. Прикладные вопросы маркетинговых исследований. Исследование среды маркетинга гостиничного предприятия, маркетинговые исследования гостиничного рынка, маркетинговые исследования гостиничного продукта, маркетинговые исследования конкурентов, маркетинговые исследования потребителей.		1
	Практические занятия	24	
	1. Законодательные основы в области маркетинга и маркетинговых исследований		2
	2. Профессиональная терминология и принятые в гостиничном деле аббревиатуры.		2
	3. Методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации сферы гостеприимства		2
	4. Участие в маркетинговых исследованиях		2

	5. Постановка целей и задач маркетинговых исследований и формирование рабочих гипотез.		2
	Самостоятельная работа	12	
	1. Составить словарь терминов по теме «Информация в маркетинговых исследованиях рынка гостиничных услуг».		3
	2. Составить проект программы маркетинговых исследований.		3
	3. Разработать анкету или опросные листы для изучения потребностей потребителей гостиничных услуг.		3
	4. Провести маркетингового мини-исследование по степени удовлетворенности потребностей потребителей гостиничных услуг г. Тобольска		3
	5. Составить отчет по результатам маркетингового исследования.		3
	6. Составить рекомендации для менеджеров гостиниц по результатам маркетингового исследования.		3
Консультации		14	
Всего:		244	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
1. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
2. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. Условия реализации программы профессионального модуля

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие Кабинета организации продаж гостиничного продукта, оснащен следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, мультимедийное аудиовизуальное оборудование, персональный компьютер.

На ПК установлено следующее программное обеспечение:
— Офисное ПО: операционная система MS Windows, офисный пакет MS Office, платформа MS Teams, офисный пакет LibreOffice, антивирусное ПО Dr. Web.

Обеспечено проводное подключение ПК к локальной сети и сети Интернет.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий: основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов.

Основная литература:

1. Организация продаж гостиничного продукта: учебное пособие для СПО / Л. В. Семенова, В. С. Корнеев, И. И. Драгилова, В. О. Корионова. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 86 с. — ISBN 978-5-4486-0600-7, 978-5-4488-0233-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/44183.html> (дата обращения: 10.04.2020). — Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

2. Ключевская, И.С. Маркетинг гостиничного предприятия: учебное пособие / И.С. Ключевская. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 236 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-015631-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044015> (дата обращения: 10.04.2020). — Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

Дополнительная литература:

1. Можяева, Н.Г. Гостиничный сервис: учебник / Н.Г. Можяева, Г.В. Рыбачек. — 2-е изд., испр. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 242 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1041498. - ISBN 978-5-16-015561-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1041498> (дата обращения: 10.04.2020). — Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

2. Резник, Г.А. Сервисная деятельность: учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016211-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241803> (дата обращения: 10.04.2020). — Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

Интернет-ресурсы:

Знаниум - <https://new.znanium.com/>

Лань - <https://e.lanbook.com/>

IPR Books - <http://www.iprbookshop.ru/>

Elibrary - <https://www.elibrary.ru/>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) - <https://rusneb.ru/>

Межвузовская электронная библиотека (МЭБ) - <https://icdlib.nspu.ru/>

"ИВИС" (БД периодических изданий) - <https://dlib.eastview.com/browse>

Электронная библиотека Тюмгу - <https://library.utmn.ru/>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по профессиональному модулю: Платформа для электронного обучения MicrosoftTeams.

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 (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки
ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.	<ul style="list-style-type: none"> - выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги; - состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг; - гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования; - потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом; - потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения; <ul style="list-style-type: none"> - определение основных видов деятельности на рабочем месте и необходимые орудия труда; - определение основных видов деятельности на рабочем месте и необходимых орудий труда; - определение положительных и отрицательные стороны профессии; определяет перспективы развития в профессиональной сфере. 	<p><i>Подготовка доклада</i> <i>Решение ситуационных задач</i> <i>Ответ на устных опросах</i></p>
ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.	<ul style="list-style-type: none"> - проводить сегментацию рынка; - разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг; - особенности жизненного цикла гостиничного продукта: этапы, маркетинговые мероприятия; - определение задач деятельности с учетом поставленных целей и способов их достижений; <ul style="list-style-type: none"> - выстраивание плана (программы) деятельности; - выбор способа (технологии) решения задач в соответствии с заданными условиями и имеющимся ресурсами; 	
ПК 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.	<ul style="list-style-type: none"> - оценивать эффективность сбытовой политики; - специфику ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, систему скидок и надбавок; - формирование и управление номенклатурой 	

	<p>услуг в гостинице;</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы; - владение методами и способами поиска информации; <ul style="list-style-type: none"> - осуществление оценки значимости информации для выполнения профессиональных задач; - классифицирует и обобщает информацию; <p>оценивает полноту и достоверность информации.</p>	
<p>ПК 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - выбирать средства распространения рекламы и определять их эффективность; - формулировать содержание рекламных материалов; - специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта. <ul style="list-style-type: none"> - последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта; - методы изучения и анализа предпочтений потребителя; <ul style="list-style-type: none"> - выявление трудностей при решении профессиональных задач и проблем личностного развития; - владение навыками самоорганизации и применяет их на практике; - составление программы саморазвития, самообразования; - выявление трудностей при решении профессиональных задач и проблем личностного развития 	
<p>ПК 4.5. Принимать участие в проведении маркетинговых исследований.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 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; - маркетинговые исследования: понятие, значение, виды, объекты, методы, этапы и правила проведения; - источники и критерии отбора маркетинговой информации; - правила составления анкет и опросных листов - контролировать работу сотрудников службы приема и размещения по организации встреч, приветствий и обслуживания гостей, по их регистрации и размещению, по охране труда на рабочем месте, по передаче работниками дел при окончании смены. 	

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснование выбора профессии; - определение основных видов деятельности на рабочем месте и необходимые орудия труда; - определение основных видов деятельности на рабочем месте и необходимых орудий труда; - определение положительных и отрицательные стороны профессии; - определяет перспективы развития в профессиональной сфере. 	<p><i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике.</i></p>
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<ul style="list-style-type: none"> - определение задач деятельности с учетом поставленных целей и способов их достижений; - выстраивание плана (программы) деятельности; - выбор способа (технологии) решения задач в соответствии с заданными условиями и имеющимся ресурсами; - прогнозирование результатов выполнения деятельности в соответствии с задачей; - анализ результатов выполняемых действий и выявление причин отклонений от норм (эталона); - оценка результатов своей деятельности, их эффективности и качества. 	<p><i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике.</i></p>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<ul style="list-style-type: none"> - выполнение функциональных обязанностей в рамках заданной рабочей ситуации; - выбор способов и средств осуществления деятельности с учетом определенных факторов; - определение показателей результативности деятельности в соответствии с поставленной задачей деятельности; - предложения способов коррекции деятельности на основе результатов оценки продукта; - принятие ответственности за принятое решение. 	<p><i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике.</i></p>
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и</p>	<ul style="list-style-type: none"> - владение методами и способами поиска информации; - осуществление оценки значимости информации для выполнения профессиональных задач; - классифицирует и обобщает 	<p><i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и</i></p>

личностного развития	информацию; - оценивает полноту и достоверность информации.	<i>производственной практике.</i>
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	- владение персональным компьютером; - осуществление поиска информации в сети интернет и различных электронных носителях - использование программного обеспечения в решении профессиональных задач; - использование средств ИТ для обработки и хранения информации; - создание презентации в различных формах.	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике.</i>
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- осуществление взаимодействия с коллегами в процессе решения задач; - владение технологией эффективного общения (моделирование, организация общения, управление общением, рефлексия общения) с коллегами, руководством, потребителями - владение технологией группового обсуждения: аргументировано отвергает или принимает идеи; - составление отчетов в соответствии с запросом и предъявляемыми требованиями	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике.</i>
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	- выполнение управленческих функций; - организация работы по выполнению задания в соответствии с инструкциями; - осуществление соотнесения результатов выполненных заданий со стандартизированными нормами	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике.</i>
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- выявление трудностей при решении профессиональных задач и проблем личностного развития; - владение навыками самоорганизации и применяет их на практике; - составление программы саморазвития, самообразования; - выявление трудностей при решении профессиональных задач и проблем личностного развития	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике.</i>
ОК 9 Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	-контролировать работу сотрудников службы приема и размещения по организации встреч, приветствий и обслуживания гостей, по их регистрации и размещению, по охране труда на рабочем месте, по передаче работниками дел при окончании смены	<i>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике.</i>

