

АННОТАЦИЯ
рабочей программы по дисциплине "Организация продаж остиничного
продукта"
по специальности 43.02.11 "Гостиничный сервис"

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО

43.02.11 Гостиничный сервис в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Продажи гостиничного продукта» и соответствующих профессиональных компетенций (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.

ПК 4.5 Принимать участие в проведении маркетинговых исследований.

**1.2 Цели и задачи профессионального модуля – требования к
результатам освоения профессионального модуля**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;
- участия в разработке комплекса маркетинга;
- выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;
- проводить сегментацию рынка;
- разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами

уметь:

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 её формирование, систему скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.