

**Департамент образования и науки Костромской области
областное государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Костромской торгово-экономический колледж»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Продажи гостиничного продукта

2019 г.

Одобрена
цикловой методической комиссией
общеобразовательных дисциплин

Протокол № 10 от 04.04. 2019 г.

Председатель: _____Березкина
А.И.

Автор: А.И. Березкина

Рабочая программа разработана на
основе Федерального
Государственного образовательного
стандарта (ФГО С) по специальностям
среднего специального образования
(СПО) укрупнённой группы 43.00.00
Сервис и туризм
по специальности
43.02.11 Гостиничный сервис

Зам. директора по УР _____А.А.
Смирнова

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе примерной основной профессиональной программы, рассмотренной областным экспертным советом от 30.08.2011г. пр.№3 и утвержденной департаментом образования и науки Костромской области от 31.08.2011г. пр. №1462 «Об открытии и закрытии региональных площадок и утверждении примерных основных профессиональных образовательных программ».

Организация-разработчик: ФГОУ СПО «Костромской торгово-экономический колледж»

Разработчик: Березкина А.И. - преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

| | стр. |
|---|------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 4 |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 6 |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 7 |
| 4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 11 |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 13 |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Продажи гостиничного продукта

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа) – является ППСЗ в соответствии с ФГОС по специальности **43.02.11 «Гостиничный сервис»** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Продажи гостиничного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.
- 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.
- 4.3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
- 4.4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области гостиничного сервиса при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения 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, подбор оптимального гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявление конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия;
- разработки 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 ее 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;
- специфика ценовой политики гостиницы, факторы, влияющие на ее формирование, система скидок и надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего – 372 часов, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 264 часов, включая: обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 176 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 88 часов;
- учебной и производственной практики – 108 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

| Код | Наименование результата обучения |
|------------|--|
| 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. |
| 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 их 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. |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля* | Всего часов | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | | | | | Практика | |
|-----------------------------------|---|-------------|---|--|---|-------------------------------------|---|----------------|--|
| | | | Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная работа обучающегося | | Учебная, часов | Производственная (по профилю специальности), часов |
| | | | Всего, часов | в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | Всего, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ПК 4.1-4.4 | МДК 04.01. Организация продаж гостиничного продукта | 264 | 176 | 30 | 20 | 88 | 15 | - | |
| | Производственная практика (по профилю специальности), часов | 108 | | | | | | | 108 |
| | Всего: | 372 | 176 | 30 | 20 | 88 | 15 | - | 108 |

*

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) | Объем часов | Уровень освоения |
|--|--|---|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Раздел ПМ 1. Организация продаж гостиничного продукта | | 372 | |
| МДК 04.01. Организация продаж гостиничного продукта | | 176 | |
| Тема 1.1. Изучение и анализ рынка гостиничных услуг | Содержание учебного материала | | 24 |
| | 1. | Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг. Маркетинговая окружающая среда: понятие среды маркетинга, внутренняя и внешняя среда. | 2 |
| | 2. | Формирование спроса на гостиничные услуги. Гостиничный продукт: особенности, методы формирования. | 2 |
| | 3. | Содержание и направления маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Виды, типы маркетинговых исследований. | |
| | 4. | Изучение и анализ предпочтений потребителя. Потребности, удовлетворяемые гостиничным продуктом. Классификация и характеристика потребностей. | |
| | Практические занятия | | 8 |
| Способы выявления, анализа спроса на гостиничные услуги Способы формирования спроса на гостиничные услуги | | | |
| Тема 1.2. Сегментация рынка и позиционирование товара | Содержание учебного материала | | 26 |
| | 1. | Понятие сегментации рынка, ее значение. Критерии сегментации рынка: количественные границы, доступность сегмента, существенность сегмента, прибыльность, защищенность от конкуренции. | 2 |
| | 2. | Признаки сегментации: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие. | 2 |
| | 3. | Выбор целевого рынка. Понятие рыночной ниши и позиционирования товара. Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении сегмента рынка и позиционировании гостиничного продукта. | 2 |
| Тема 1.3. Жизненный цикл товаров. Разработка новых товаров | Содержание учебного материала | | 24 |
| | 1. | Концепция жизненного цикла товаров. Характеристика его этапов: внедрение, рост, зрелость, спад. Разновидности жизненных циклов. | |
| | 2. | Создание новых товаров. Основные этапы разработки товара-новинки. | 2 |
| | Практические занятия | | 2 |

| | | | | |
|--|--|---|-----------|---|
| | 1.Способы сегментации рынка 2.Особенности разработки гостиничного продукта в соответствии с запросами потребителей, | | 8 | |
| Тема 1.4. Товарная и ценовая политика в гостиничных комплексах | Содержание учебного материала | | 26 | 1 |
| | 1. | Осуществление товарной политики и формирование товарного ассортимента в гостиничных комплексах. Конкурентоспособность гостиниц и гостиничных услуг. | | |
| | 2. | Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг в гостинице. | | |
| | 3. | Специфика ценовой политики гостиницы, факторы , влияющие на ее формирование, система скидок и надбавок. | | |
| | Практические занятия | | | 2 |
| | 1.Определение характеристик и оптимальной номенклатуры услуг; 2.Способы оценивания эффективности сбытовой политики; | 4 | | |
| Тема 1.5. Сбытовая политика на рынке гостиничных услуг. Маркетинговые коммуникации | Содержание учебного материала | | 26 | 1 |
| | 1. | ФОССТИС: понятие и использование в гостиничном бизнесе. Работа с турагенствами и индивидуалами. | | |
| | 2. | Цели маркетинговых коммуникаций. Реклама и личные продажи, специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта | | |
| | Практические занятия | | 10 | 1 |
| | 1.Содержание рекламных материалов 2.Способы анализирования информации о ценах | | | |
| Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 4. | | | 88 | 2 |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка презентаций по гостиничным комплексам нашего города. 2. Выполнение сравнительного анализа по формированию цен в гостиницах. 3. Составление анкет и их анализ при изучении спроса на гостиничные услуги. 4. Проработка конспектов, лекций, параграфов учебника, подготовка к практическим занятиям, оформление отчетов по практическим занятиям. | | | | |
| Тематика домашних заданий | | | | 2 |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Освоение прикладных компьютерных программ для получения и обработки данных анкетирования. 2. Составление таблиц для сравнительного анализа цен на гостиничные услуги в г. Костроме. 3. Составление конспектов по теме «Иерархия потребностей человека». 4. Разработка видео ролика по рекламе услуги питания в гостинице. | | | | |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе | | | 20 | 3 |
| Тематика курсовых работ | | | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Рынок гостиничных услуг России и региона ,перспективы его развития 2. Анализ и оценка туристского потенциала Российской Федерации и разработка предложений по развитию туристско-рекреационных комплексов в наиболее перспективных туристских кластерах 3. Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации и Костромской области до 2020 года 4. Социально-экономические проблемы развития отечественного (или зарубежного) туризма 5. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ 6. Прогнозирование развития индустрии гостеприимства и туризма 7. Конкурентоспособность услуг предприятий индустрии гостеприимства: понятие, факторы и модели | | | | |

| | | |
|--|------------|---|
| <p>8. Виды и стратегии маркетинговой конкуренции на рынке услуг гостеприимства</p> <p>9. Система маркетинг-менеджмента в индустрии гостеприимства и туризма и ее совершенствование</p> <p>10. Организация эффективного продвижения и продажи продукта деятельности предприятий индустрии гостеприимства</p> <p>11. Организация рекламной деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства и туризма и оценка ее эффективности</p> <p>12. Исследование жизненного цикла продукта (услуги) предприятий индустрии гостеприимства (на примере гостиницы)</p> <p>13. Имидж (планирование, формирование, продвижение) гостиничного предприятия</p> <p>14. Инновационные методы стимулирования спроса в индустрии гостеприимства</p> <p>16. Формирование и поддержание корпоративной культуры предприятий индустрии гостеприимства и туризма</p> <p>17. Социально-психологические аспекты управления в индустрии гостеприимства</p> <p>18. Методы разрешения конфликтов на предприятиях индустрии гостеприимства</p> <p>19. Управление персоналом на предприятиях индустрии гостеприимства</p> <p>20. Компетенции персонала предприятий индустрии гостеприимства : определение, формирование и мониторинг в процессе управления ими</p> <p>21. Социальная ответственность и партнерство в индустрии гостеприимства</p> <p>22. Развитие малых форм предпринимательства в индустрии гостеприимства: отечественный и зарубежный опыт</p> <p>23. Предпринимательская стратегия предприятий индустрии гостеприимства</p> <p>24. Стратегическое управление предприятием (на примере гостиницы)</p> <p>25. Риск-менеджмент как часть управления коммерческой деятельностью предприятия гостиничного хозяйства</p> <p>26. Управление качеством гостиничной услуги</p> <p>27. Методы контроля качества услуг в индустрии гостеприимства и туризма</p> <p>28. Управление службой безопасности на гостиничном предприятии</p> | | |
| <p>Самостоятельная работа по курсовой работе</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составление анкеты по изучению предпочтений потребителей. 2. Проведение анкетирования, обработка и анализ полученной информации. 3. Характеристика основных и дополнительных услуг предприятия. 4. Характеристика ценовой политики предприятия. 5. Характеристика рекламной политики предприятия. 6. Предложения по совершенствованию работы предприятия. | 10 | 3 |
| Всего | 264 | |
| <p>Производственная практика – (по профилю специальности) итоговая по модулю</p> <p>Виды работ:</p> <p>-изучить и проанализировать потребности потребителей гостиничного продукта,</p> <p>-научиться подбирать соответствующий им гостиничного продукта;</p> <p>- разрабатывать практические рекомендации по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;</p> <p>-выявлять конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;</p> <p>- участвовать в разработке комплекса маркетинга.</p> | 108 | 3 |
| Всего | 372 | |

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы модуля предполагает наличие учебного кабинета организации продаж гостиничного продукта, лаборатории службы продажи и маркетинга.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест:

- комплекты раздаточного материала (схемы, таблицы)
- комплекты нормативной документации;

Технические средства обучения: ПК с выходом в Internet, проектор, принтер, прикладные компьютерные программы.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг. Учебник. – М.: Изд. Центр «Академия», 2016.- 542с.
2. Лесник А.Л. Методика проведения маркетинговых исследований в гостиничном бизнесе / А.Л. - М.: ООО «АС ПЛЮС», 2017.-431с.
3. Скобкин С.С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: Учебно-практич. пособие. - М.: Юристъ, 2016. - 224 с.
4. Умнов А.Н. Менеджмент качества в сфере услуг на примере гостиничной индустрии. - М., 2016.-351с.
5. Белоусова С.Н. Маркетинг. – Ростов н/Д: Феникс, 2017.-642с.

Дополнительные источники:

1. Жукова А.М. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М: Финансы и статистика, 2016.-432с.
2. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / Под ред. В.С. Янкевича. - М.: Финансы и статистика, 2017. -532с.

Интернет-ресурсы:

<http://www.prof.ru> - профессионал,

<http://www.bestreferat.ru>

<http://www.hotelsservis.com> - сервис в отелях

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Продажа гостиничного продукта» является освоение выполнения курсовой работы и ее защита.

При работе над курсовой работой обучающимся оказываются консультации.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

реализация основной профессиональной образовательной программы по специальности среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующего профилю преподаваемого модуля "Продажи гостиничного продукта". Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы Гостиничного сервиса является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты-преподаватели междисциплинарных курсов.

Мастера: наличие 5-6 квалификационного разряда с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1-го раза в три года.

Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|---|--|
| <p>Выявлять спрос на гостиничные услуги.</p> | <p>Составление анкет для выявления спроса на гостиничные услуги: экскурсионное обслуживание, дополнительные услуги (прачечная, химчистка, транспорт).</p> <p>Опрос выбывающих гостей о качестве услуг, предоставляемых гостиницей.</p> <p>Составление схемы предоставляемых услуг.</p> <p>Составление опросного листа проживающих о предоставлении услуг, которых нет в данное время.</p> <p>Составление электронной анкеты о спросе на гостиничные услуги.</p> | <p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - курсовой работы. <p>Зачеты по производственной практике и дифференцированный зачет по разделу ПМ.</p> |
| <p>Формировать спрос и стимулировать сбыт.</p> | <p>Разработка электронных рекламных роликов и вывод их в Интернет.</p> <p>Проведение анализа выявленных гостиничных услуг для формирования устойчивого спроса.</p> <p>Демонстрация выбора средств распространения рекламы.</p> <p>Разработка мероприятий, которые стимулируют сбыт продукции.</p> <p>Выполнить оценку сбытовой политики конкретной гостиницы.</p> <p>Определить положительные стороны ценовой политики</p> | <p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - курсовой работы. <p>Зачеты по производственной практике и дифференцированный зачет по разделу ПМ.</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>гостиницы для формирования максимального спроса на услуги. Перечислить факторы, влияющие на формирование ценовой политики.</p> <p>Перечислить содержание системы скидок и надбавок на конкретном примере.</p> | |
| <p>Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.</p> | <p>Выполнить сравнительный анализ гостиничных услуг нескольких организаций.</p> <p>Выполнить анализ предпочтений потребителем гостиничных услуг в двух гостиницах.</p> <p>Выполнить сравнительный анализ конкурентоспособности гостиничных услуг в организациях различной разрядности.</p> | <p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - курсовой работы. <p>Зачеты по производственной практике и дифференцированный зачет по всему ПМ.</p> |
| <p>Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.</p> | <p>Выполнить последовательность маркетинговых мероприятий при позиционировании гостиничного продукта в конкретном городе.</p> <p>Сравнить методы изучения и анализа предпочтений потребителя в конкретных организациях.</p> | <p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - курсовой работы. <p>Зачеты по производственной практике и дифференцированный зачет по всему ПМ.</p> |
| | | <p>Квалификационный экзамен по ПМ.</p> |

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 |
|--|--|--|
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | - демонстрация устойчивого интереса к будущей профессии | Экспертное наблюдение и оценка на практическом занятии при выполнении работ по производственной практике |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | - выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области гостиничного сервиса | Экспертное наблюдение и оценка на практическом занятии при выполнении работ по производственной практике |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за их ответственность. | - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области гостиничного сервиса | Защита практических работ |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | - эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные | Защита мультимедийных презентаций |
| ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | - работа с прикладными программами в области гостиничного сервиса | Защита практических работ |

| | | |
|--|---|--|
| <p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> | <p>- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения и на производственной практике с членами трудового коллектива</p> | <p>Экспертное наблюдение и оценка на практическом занятии при выполнении работ по практике</p> |
| <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий.</p> | <p>- самоанализ и коррекция результатов собственной работы, работы коллектива подчиненных</p> | <p>Экспертное наблюдение и оценка на практическом занятии при выполнении работ по практике</p> |
| <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> | <p>- организация самостоятельных занятий при изучении ПМ</p> | <p>Открытые защиты творческих работ</p> |
| <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> | <p>- анализ инноваций в области гостиничного сервиса и бизнеса</p> | <p>Защита индивидуальных работ</p> |