Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 06.09.2023 16:18:30

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ
Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ
Т.А. Шебзухова

Рабочая программа практики
ПП.04.01 Производственная практика

Специальность 43.02.14 Гостиничное дело

Форма обучения очная

Рабочая программа производственной практики разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.14 Гостиничное дело, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 09 декабря 2016 г. № 1552 и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа производственной практики разработана:

- 1 Гуменная Ольга Николаевна, преподаватель колледжа Пятигорского института (филиал) СКФУ

фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Генеральный директор

ООО «Империя», г. Пятигорск

должность представителя работодателя,
наименование
организации и город ее расположения

Меликсетян А.Г.

Фамилия, инициалы

1. Паспорт программы практики

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

Производственная практика ПП.04.01 принадлежит к профессиональному циклу, проводится в 7 семестре.

1.2. Цели и задачи производственной практики

Цель: закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе теоретического обучения; приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы по изучаемой специальности.

Задачи: формирование у студента общих и профессиональных компетенций; приобретение практического опыта, реализуемого в рамках ОП СПО по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности 43.02.14 Гостиничное дело; проверка знаний, полученных при изучении ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж.

Вид профессиональной деятельности: Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж.

В ходе прохождения практики обучающийся должен иметь практический опыт в:

- планировании, организации, стимулировании и контроле деятельности сотрудников службы бронирования и продаж;
- разработке практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявлении конкурентоспособности гостиничного продукта;
- определении эффективности мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта.

уметь:

- осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;
- выделять целевой сегмент клиентской базы;
- собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
- ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
- разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;
- выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;
- планировать и прогнозировать продажи;
- проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.

знать:

- структуру и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием и взаимосвязи с другими подразделениями гостиницы;
- способы управления доходами гостиницы;
- особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;
- особенности работы с различными категориями гостей;
- методы управления продажами с учётом сегментации;
- способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;

- особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;
- каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
- ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
- принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; – методы максимизации доходов гостиницы;
- критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
- виды отчетности по продажам.

обладать общими и профессиональными компетенциями

1.3. Трудоемкость освоения программы производственной практики:

Трудоемкость освоения производственной практики ПП.04.01 составляет 4 недели (144 часа).

2. Результаты практики

Результатом производственной практики является:
освоение общих компетенций (ОК)

Код	Наименование результата практики
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам
ОК 02.	Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.
ОК 04.	Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 09.	Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 10.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

профессиональных компетенций (ПК):

Код	Наименование результата практики
ПК 4.1.	Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале
ПК 4.2.	Организовывать деятельность работников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы
ПК 4.3	Контролировать текущую деятельность работников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей

3. Структура и содержание программы практики

3.1. Структура практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Период проведения практики
ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК 05 ОК 07 ОК 09 ОК 10 ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3	ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж	4 недели, 144 часа	<i>7 семестр</i>

3.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для выполнения видов работ	Наименование дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов (недель)
Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж	Перечень гостиничных услуг.	Тема 2.1 Гостиничный продукт, как комплекс гостиничных услуг	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12
	Рынок сбыта гостиничных услуг.	Тема 2.2 Особенности гостиничного продукта	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12
	Техника и технология обслуживания гостей в отдельных блоках отеля.	Тема 2.3 Методы формирования гостиничного продукта	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12
	Контроль подготовки номера ко сну клиента (гостя) отеля.	Тема 2.4 Этапы формирования гостиничного продукта	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12
	Техника и технология замены номеров.	Тема 2.5 Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12
	Контроль стирки и чистки одежды.	Тема 2.6 Особенности маркетинга гостиничных услуг	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12
	Техника и технология уборки служебных и общих помещений.	Тема 2.7 Потребности человека, их классификация	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12
	Организация дезинфекции в отеле.	Тема 2.8 Гостиничный продукт как средство удовлетворения потребностей людей	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12

	Охрана труда и техники безопасности (оказание первой помощи и действия в чрезвычайной ситуации).	Тема 2.9 Основные принципы маркетинга в гостиничном предприятии	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12
	Соблюдение техники безопасности.	Тема 2.10 Отдел продаж и маркетинга	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12
	Планирование материально-технического обеспечения подразделения.	Тема 2.12 Разработка комплекса маркетинга в сфере гостиничного хозяйства	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12
	Выявление и анализ проблем в работе.	Тема 2.15 Специфика использования комплекса маркетинга в гостиницах	МДК. 04.02 . Продвижение и продажа гостиничного продукта	12

4. Условия организации и проведения практики

4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- программа производственной практики;
- договор об организации практики;
- направление на практику;
- индивидуальное задание;
- дневник практики;
- аттестационный лист;
- характеристика работы обучающегося;
- отчет по практике.

4.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики

Практика имеет целью комплексное освоение студентами ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж.

Производственная практика проводится в профильных организациях на основе договоров между организацией и СКФУ.

Для написания отчета студентам выдаются Методические указания по организации и проведению производственной практики и индивидуальные задания.

Индивидуальные задания по ПМ.04 Организация и контроль текущей деятельности работников службы бронирования и продаж:

1. Правила предоставления услуг гостиниц в РФ.

2. Какие средства должна использовать телефонистка в гостинице для четкого приема и передачи сообщений по телефону. Какие ошибки, возникают из-за плохой подготовленности к разговору.

3. Функциональная организационная структура гостиницы, её достоинства и недостатки.

4. Технология приема телефонного звонка и соединение с нужным номером.

5. Взаимодействие гостиниц с туристическими фирмами и виды соглашений (договоров).

6. Работа с письмами – заявками на размещение в гостинице. Порядок их регистрации и

подтверждения бронирования.

7. Виды отчетов применяемых в гостинице.
8. Особенности функционирования гостиничного предприятия.
9. Процедура стандартизации гостиничных услуг.
10. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ.
11. Каковы основные правила работы с возражениями?
12. Можно ли избежать возражений в процессе продаж?
13. Что такое присоединение к возражению?
14. Почему необходимо выслушивать возражения клиента до конца?
15. Что такое сопротивление и какие виды сопротивлений наиболее часто встречаются в туризме?
16. Опишите общий алгоритм обработки возражений.
17. Какие методы обработки возражений вам известны?
18. В чем состоит основная сложность работы продавца на этапе стимулирования клиента на принятие решения?
19. Почему необходимо стимулировать клиента на высказывание претензий и недовольства?
20. Какие приемы оказания влияния на клиента наиболее эффективны при работе с жалобами?
21. Какие документы выдаются клиенту при покупке турпродукта?
22. Перечислите основные правила проведения переговоров о цене турпродукта.
23. Как предоставляются скидки клиенту при оплате турпродукта?
24. Каким образом можно определить момент перехода к этапу презентации турпродукта?
25. В чем заключаются особенности подготовительного этапа персональной продажи?
26. В чем состоит важность установления контакта с клиентом?
27. Что такое невербальные средства выражения в общении и чем объясняется их значимость для управления контактом продавца с клиентом?
28. Каковы основные задачи продавца в процессе управления контактом между ним и клиентом?
29. Какие приемы наиболее эффективны при управлении контактом между продавцом и клиентом?
30. Каковы основные функции использования вопросов при осуществлении сделки?
31. Какие виды вопросов при осуществлении продажи турпродукта вам известны; для чего используется каждый из них?
32. Почему в туристском бизнесе важно использование позитивных формулировок?
33. Сформулируйте основные концепции развития рыночных отношений, их характерные признаки. Приведите пример использования концепции интенсификации коммерческих усилий на предприятии гостеприимства.
34. Рассмотрите виды спроса, их краткую характеристику. Расскажите о маркетинговых мероприятиях, проводимых гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса.
35. Рассмотрите понятие и значение сегментации рынка гостиничных услуг. Дайте определение понятию: сегментирование, сегмент. Установите, какую роль и значение играет сегментирование рынка в деятельности предприятия.
36. Опишите основные признаки сегментации, используемые гостиничным предприятием. Установите факторы, влияющие на выбор целевых сегментов предприятием гостиничного хозяйства.
37. Опишите средства стимулирования сбыта гостиничного продукта: виды и характеристика средств стимулирования. Расскажите о стимулировании сбыта на различных этапах жизненного цикла гостиничного продукта.
38. Рассмотрите понятия: личная продажа, моральное и материальное стимулирование продаж. Расскажите о видах личной продажи, используемых в гостиничной отрасли.
39. Раскройте содержание рекламы: понятие, цели, функции, ее роль и значение для

предприятия индустрии гостеприимства, расскажите о видах рекламы, используемых гостиничным предприятием.

40. Организация рекламной кампании: рассмотрите процесс планирования рекламной кампании гостиничного предприятия. Рассмотрите оптимальные виды и носители рекламы, используемые предприятием гостеприимства. Опишите правила составления рекламы (тема, текст, слоган, логотип).

41. Расскажите об информационных методах коммуникации, используемых в гостиничной отрасли. PR («Паблик рилейшенз») – раскройте содержание, назначение и виды мероприятий. Приведите пример мероприятий PR, проводимых гостиницей.

42. Рассмотрите понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Установите факторы взаимосвязи между конкурентоспособностью и объемом продаж в гостинице.

43. Рассмотрите стратегии конкуренции: понятие, виды. Определите конкурентные стратегии гостиничного предприятия, где Вы проходили практику.

44. Дайте определение понятиям гостиничный продукт и гостиничная услуга. Установите в чем их отличие от товара (приведите перечень отличий).

45. Рассмотрите этапы жизненного цикла товаров (ЖЦТ). Определите особенности маркетинговых решений на каждом этапе ЖЦТ гостиничного предприятия.

46. Охарактеризуйте сущность понятия - гостиничный продукт. Опишите характерные отличительные особенности и определите три уровня гостиничного продукта.

47. Охарактеризуйте сущность понятия - гостиничный продукт. Расскажите о дополнительных услугах и их влиянии на формирование потребительской ценности гостиничного продукта

48. Дайте представление о понятии ассортимента гостиничных продуктов и услуг, ассортиментной политики гостиницы. Рассмотрите показатели широты, глубины и насыщенности ассортимента.

49. Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: сущность и классификация цен. Расскажите об особенностях и методах ценообразования в гостиничном бизнесе.

50. Расскажите о подходах определения и реализации ценовой стратегии гостиничного предприятия и стратегии применения скидков.

51. Опишите систему продвижения и каналы распределения гостиничных услуг, Рассмотрите каналы сбыта предприятия, где Вы проходили практику.

52. Рассмотрите сущность информационного обеспечения маркетинговых исследований: цели и задачи информационного обеспечения предприятия гостеприимства.

53. Рассмотрите роль маркетинговой информационной системы (МИС) как системы поддержки принятия решений. Раскройте содержание видов маркетинговой информации: по охвату, по способу получения, по периодичности возникновения, по назначению, по формам представления.

54. Раскройте сущность применения анкетирования при проведении маркетинговых исследований. Опишите формы проведения анкетирования в отеле. Приведите практические примеры.

55. Опросы и интервью: понятие, классификация, преимущества и недостатки. Определите специфику проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства.

56. Рекламная деятельность в организациях индустрии туризма.

4.3. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы производственной практики ПП.04.01 осуществляется в профильных организациях на основе договоров, может проводиться в учебных лабораториях СКФУ, предусмотренных ФГОС СПО.

Материально-техническое обеспечение соответствует профессиональной деятельности и дает возможность овладеть установленными компетенциями по всем осваиваемым видам деятельности, предусмотренным программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

Все помещения соответствуют требованиям техники безопасности и противопожарной

безопасности при проведении производственной практики.

4.4. Перечень основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов, необходимых для проведения практики

Основные источники:

1. Организация продаж гостиничного продукта [Электронный ресурс] : учебное пособие для СПО / Л.В. Семенова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 86 с. — 978-5-4486-0600-7, 978-5-4488-0233-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44183.html>
2. Жданова Т.С. Технологии продаж [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Т.С. Жданова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 184 с. — 978-5-394-0219-8. —Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75196.html>
3. Тимохина, Т. Л. Гостиничная индустрия: учебник для СПО / Т. Л. Тимохина. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 336 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04589-5. <https://www.biblio-online.ru/viewer/12AC7584-3AAC-48DC-A720-4CA49A6FD829#page/1>

Дополнительные источники:

1. Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 279 с. : ил. - Библиогр. в кн. -ISBN 978-5-394-01975-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=4957673>. Захарова Ю.А. Стратегии продвижения товаров (2-е издание) [Электронный ресурс].

2. Грицай, М.А. Финансово-экономический анализ деятельности гостиницы : учебное пособие / М.А. Грицай ; Минобрнауки России, Омский государственный технический университет. - Омск : Издательство ОмГТУ, 2018. - 187 с. : табл. -Библиогр.: с. 177-178 - ISBN 978-5-8149-2426-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=49332>

3. Захарова Ю.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 158 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/57066>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

Интернет-ресурсы:

1. Электронная библиотека для профессионалов: www.hotel-lib.ru
2. Отель – эксперт: www.hotelex.ru
3. Публикации специализированного электронного центра: ГАО Москва: www.gaomoskva.ru

4.5 Требования к руководителям практики от образовательного учреждения

Руководителем практики является преподаватель, осуществляющий обучение студентов в рамках профессиональной подготовки.

Требования к уровню квалификации руководителя практики определяются ФГОС СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

5. Контроль и оценка результатов практики

По завершении практики в 7 семестре студент пишет отчет по практике и сдает дифференцированный зачет (защита отчета по практике).