

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 08.01.2021 10:41:58

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362f4b0e31e73a19

Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«Курский государственный университет»

Колледж коммерции, технологий и сервиса

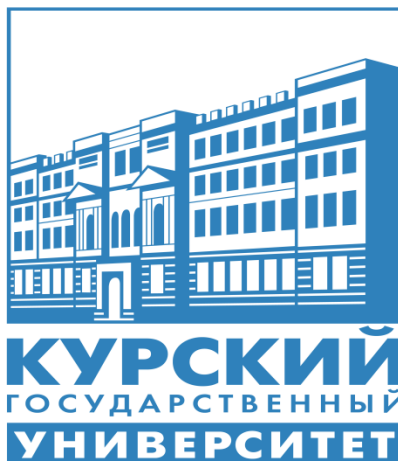
УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания

ученого совета от 31.08.2016 г., № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 Продажи гостиничного продукта



Курск 2016

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 43.02.11 Гостиничный сервис (базовой подготовки).

Организация – разработчик: ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

Разработчик:

Бысова Т.В. – преподаватель колледжа коммерции, технологий и сервиса ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|---------------|
| 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | стр. 4 |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 6 |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 7 |
| 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 19 |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) | 22 |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Продажи гостиничного продукта

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью рабочей программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности **43.02.11 Гостиничный сервис** (базовой подготовки), укрупненная группа специальностей 43.00.00 Сервис и туризм в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Продажи гостиничного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Выявлять спрос на гостиничные услуги.
2. Формировать спрос и стимулировать сбыт.
3. Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг.
4. Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, а также для повышения квалификации, переподготовки и профессиональной подготовки по профессии менеджер в рамках специальности 43.02.11 Гостиничный сервис 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, подбора соответствующего им гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявление 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, систему скидок надбавок;
- специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 300 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 228 часов, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 152 часов;
- практических занятий - 70 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 76 часов;
- производственной практики – 72 часа.

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 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 |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля Продажи гостиничного продукта.

| Коды профессиональных компетенций | Наименование 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 | Раздел 1. Современное состояние и развитие гостиничного сервиса в индустрии гостеприимства | 38 | 20 | 6 | - | 18 | - | - | - | |
| ПК 4.1 | Раздел 2. Маркетинг как концепция управления индустрией гостеприимства | 50 | 30 | 8 | - | 20 | - | - | - | |
| ПК 4.2 | Раздел 3. Разработка маркетинговой стратегии формирования спроса и стимулирования сбыта | 88 | 66 | 38 | - | 22 | - | - | - | |
| ПК 4.3 | Раздел 4. Управление качеством и конкурентоспособностью гостиничных услуг | 26 | 18 | 10 | - | 8 | - | - | - | |
| ПК 4.4 | Раздел 5. Разработка комплекса маркетинга в индустрии гостеприимства | 26 | 18 | 8 | - | 8 | - | - | - | |
| | Производственная практика (по профилю специальности), часов | 72 | | | | | | | | 72 |
| | Всего: | 300 | 152 | 70 | - | 76* | - | - | 72 | |

* - в том числе 22 часа консультаций

**3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.04 Продажи гостиничного продукта.
Форма обучения очная**

| Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрены)</i> | Объем часов | Уровень усвоения |
|---|--|-------------|------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Раздел ПМ 1. Современное состояние и развитие гостиничного сервиса в индустрии гостеприимства | | 17 | |
| МДК 1. Организация продаж гостиничного продукта | | 18 | |
| Тема 1.1. Развитие индустрии гостеприимства: тенденции и перспективы | Содержание | 10 | |
| | 1 Характеристика гостеприимства в сфере услуг Основные понятия: индустрия, гостеприимство, индустрия гостеприимства. Основные сферы деятельности индустрии. Структура индустрии гостеприимства. Понятие этики управления, ее особенности. Этика делового общения в сфере гостиничного сервиса. | 6 | 1 |
| | 2 Факторы, влияющие на состояние и развитие индустрии гостеприимства Понятие «фактор». Основные группы факторов: внешние и внутренние, их краткая характеристика. Содержание и характеристика внутриотраслевых факторов. | | 1 |
| | 3 Современные тенденции развития мировой индустрии гостеприимства Общие понятия в гостиничной индустрии. История развития гостиничных цепей Европы, Америки, России. Современное состояние международных гостиничных цепей. Нынешнее положение и перспективы развития международных и национальных гостиничных цепей в России. | | 1 |
| | Практические занятия | 4 | |
| | 1 «Круглый стол: «Развитие гостиничного хозяйства в древнем мире». | | |
| | 2 «Круглый стол «Культура предприятия». | | |

| | | | |
|---|--|------------------|------------------|
| Тема 1.2. Развитие рынка гостиничных услуг | Содержание 1 Характеристика рынка гостиничных услуг и его компонентов Рынок гостиничных услуг. Спрос на гостиничные услуги. Факторы, влияющие на спрос. Гостиничный рынок с маркетинговой точки зрения. Конъюнктура рынка гостиничных услуг. Понятие емкости рынка. 2 Характеристика составных элементов индустрии гостеприимства Индустрия гостеприимства: основные понятия и составные элементы. Основные сектора индустрии гостеприимства: сектор средств размещения, сектор питания и напитков, сектор торгового обслуживания, сектор транспорта, сектор развлечений, досуга и спорта, их краткая характеристика. 3 Характеристика интеграционных процессов в гостиничной индустрии Разновидности гостиниц по характеру взаимоотношений между владельцем (предпринимателем, собственником) гостиницы (группой гостиниц) и управленческим звеном гостиницы. 4 Характеристика качества услуг в индустрии гостеприимства Понятие «качество», «качество услуг». Факторы, влияющие на качество гостиничных услуг. Обязательные требования к услугам, предусмотренные нормативно - правовыми актами. Проблемы качества услуг в гостиничном предприятии. | 8 8 8 8 | 1 1 1 1 |
| Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ отчетов и подготовка их к защите. | | 9 ¹ | |
| Примерная тематика домашних заданий: 1. Ознакомиться со схемами: «Структура туристской индустрии», «Структура туристской индустрии по Дж. Уокеру», «Структура индустрии гостеприимства по Дж. Диттмеру и Дж. Гриффину», «Структура индустрии досуга по Дж. Торкилдсену», «Структура индустрии туризма по В. Фрейеру». 2. Составить словарь основных терминов и определений. 3. Подготовить рефераты на тему: «Гостиничная индустрия: вчера, сегодня завтра», «Индустрия туризма и индустрия гостеприимства». 4. Ознакомиться с гостиничными цепями в г. Курске. 5. Составить таблицу: Топ-пятерка гостиничных цепей в 20__ году. 6. Охарактеризовать функции секторов индустрии гостеприимства. 7. Определить основные составляющие системы контроля удовлетворенности клиентов предоставленным обслуживанием. 8. Ознакомиться с обязательными требованиями к услугам, предусмотренными нормативно - правовыми актами. | | | |

| | | | |
|--|--|----|---|
| | | | |
| Раздел ПМ 2. Маркетинг как концепция управления индустрией гостеприимства | | 60 | |
| МДК 1. Организация продаж гостиничного продукта | | 40 | |
| Тема 2.1. Гостиничное предприятие - как объект управления маркетинга | Содержание | 28 | |
| | 1 Содержание маркетинга в деятельности предприятия гостиничных услуг Роль маркетинга в индустрии гостеприимства. Понятие «услуга». Виды гостиничных услуг. Основные функции и задачи маркетинга в индустрии гостеприимства. Особенности рынка гостиничных услуг. Изучение и формирование спроса на гостиничные услуги. | 14 | 1 |
| | 2 Развитие концепции маркетинга и их применение Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция. | | 1 |
| | 3 Характеристика продуктовой стратегии предприятий гостеприимства Основные гостиничные услуги. Комплекс дополнительных услуг. Пакетирование услуг. Продукты-новинки. Продукты на стыке гостиничной индустрии и других отраслей. | | 1 |
| | 4 Особенности маркетинга услуг гостеприимства Особенности гостиничной услуги как товара. Материальная составляющая и нематериальная составляющая гостиничной услуги. Особенности продвижения гостиничных услуг. | | 1 |
| | 5 Характеристика маркетинговой среды гостиницы Внешняя среда гостиницы и факторы, на нее влияющие. Внутренняя среда гостиницы. Составные элементы внутренней среды. | | 1 |
| | 6 Функционирование службы маркетинга в гостинице Цели и задачи службы маркетинга. Структура службы маркетинга. Основные должностные обязанности сотрудников службы. | | 1 |
| | 7 Характеристика объектов и субъектов маркетинговой деятельности Ключевые понятия: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей. Характеристика субъектов марке- | | 1 |

| | | | | |
|--|---|---|-----------------|---|
| | | тинговой деятельности. | | |
| | | Практические занятия | 14 | |
| | 1 | Разработка портфеля стратегий гостиничного предприятия. | | |
| | 2 | Мониторинг гостиничных услуг г. Курска. | | |
| | 3 | Организация отдела маркетинга на предприятии. | | |
| | 4 | Анализ внутренней среды гостиничного предприятия. | | |
| | 5 | Анализ внешней среды гостиничного предприятия. | | |
| | 6 | Составление матрицы SWOT. | | |
| | 7 | Применение теории Маслоу в индустрии гостеприимства. | | |
| Тема 2.2. Исследование потребителей гостиничных услуг | | Содержание | 4 | |
| | 1 | Изучение потребительского поведения и потребителей услуг гостеприимства Необходимость изучения потребительского поведения. Покупка как процесс и результата. Восприятие гостиничных услуг потребителем. | 4 | 1 |
| | 2 | Характеристика модели потребительского поведения Характерные черты потребителей на рынке индустрии гостеприимства. Процесс принятия решения о покупке нового товара. Этапы процесса освоения товара. | | 2 |
| Тема 2.3. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация в индустрии гостеприимства | | Содержание | 8 | |
| | 1 | Содержание и направления маркетинговых исследований Виды маркетинговых исследований рынка гостиничных услуг. Основные приемы проведения маркетинговых исследований. Основные цели и задачи маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства. Методы исследований, их характеристика. | 4 | 1 |
| | 2 | Назначение маркетинговой информации Маркетинговая информация: понятие, источники и критерии отбора маркетинговой информации. | | 1 |
| | | Практические занятия | 4 | |
| | 1 | Выбор методов маркетингового исследования при получении первичной информации. | | |
| Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ отчетов и подготовка их к защите. | | | 20 ² | |
| Примерная тематика домашних заданий: 1.Разработать схему по выявлению спроса на гостиничные услуги. 2.Выявить положительные и отрицательные стороны анкетирования клиентов в гостинице. | | | | |

| | | | |
|---|--|----|---|
| 3.Охарактеризовать общие элементы концепции гостиничного бизнеса. | | | |
| 4.Ознакомиться с основными продуктами-новинок в гостиничном бизнесе г. Курска. | | | |
| 5. Объяснить сущность двух теорий о представлении продукта на рынке. | | | |
| 6. Приведите пример перечня характеристик внешней и внутренней среды гостиничного предприятия. | | | |
| 7.Ознакомиться с основными должностными обязанностями сотрудников служб маркетинга. | | | |
| 8.Объяснить ситуацию: одни клиенты останавливаются в различных гостиницах, другие – предпочитают отели одной и той же гостиничной цепи, некоторые – только в полюбившихся гостиницах. | | | |
| 9.Обосновать мнение: принимая решение, клиент не следует какой-либо схеме, а делает свой выбор в большей или меньшей степени случайно. | | | |
| 10.Определить способы проведения исследования конкурентов. | | | |
| 11.Разработать схему источников информации при принятии решений о приобретении гостиничных услуг. | | | |
| 12. Изучить основной принцип Маркетинговой информационной системы. | | | |
| Раздел ПМ 3. Разработка маркетинговой стратегии формирования спроса и стимулирования сбыта | | 75 | |
| МДК 1. Организация продаж гостиничного продукта | | 50 | |
| Тема 3.1.Разработка гостиничной услуги как товара | Содержание | 6 | |
| | 1 Создание нового продукта на рынке гостиничных услуг Уровни разработки гостиничной услуги: генерирование идеи, разработка концепции нового товара и ее проверка. | 4 | 2 |
| | 2 Средства продаж гостиничного продукта Классификация средств: средства удовлетворения потребностей, распространения, стимулирования. Стратегия жизненного цикла гостиничной услуги, особенности. Этапы ЖЦП. | | 1 |
| | Практические занятия | 2 | |
| | 1 Определение и анализ стадий жизненного цикла гостиничного продукта. | | |
| Тема 3.2. Продвижение гостиничного продукта | Содержание | 12 | |
| | 1 Формирование спроса в индустрии гостеприимства Основные положения формирования спроса и средства стимулирования сбыта: основные элементы. Методологии формирования потребительского спроса на объекты недвижимости. Брендинг как инструмент формирования спроса. | 8 | 2 |
| | 2 Формирование сбытовой стратегии гостиничного предприятия | | 2 |

| | | | | |
|--|---|--|----|---|
| | | Основные методы продвижения, их характеристика. Стимулирование сбыта. Прямые продажи. | | |
| | 3 | Управление каналами сбыта гостиничных услуг Основные понятия: сбыт, сбытовая политика, цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Критерии выбора каналов сбыта. Виды каналов сбыта гостиничной услуги, их характеристика. Функции каналов распределения. Основные формы управления каналами сбыта. | | 2 |
| | 4 | Франчайзинг в системе гостиничного бизнеса Франчайзинг в России. Понятие и виды франчайзинга, его основные разновидности. Преимущества и недостатки франчайзинга для франшизодателя. Взаимоотношения между франшизодателем и франшизополучателем. Франчайзинг как форма объединения в гостиничных цепях. | | 3 |
| | | Практические занятия | 4 | |
| | 1 | Анализ элементов брендинга гостиничного предприятия. | | |
| Тема 3.3.Изучение методов маркетинга | | Содержание | 4 | |
| | 1 | Классификация методов маркетинга Методы изучения рынка: классификация, назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. | 4 | 1 |
| | 2 | Характеристика системы ФОССТИС Основные элементы системы ФОССТИС. Значение процесса формирования спроса для деятельности предприятия. | | 1 |
| Тема 3.4. Формирование ценовой политики в индустрии гостеприимства | | Содержание | 4 | |
| | 1 | Характеристика цен в комплексе маркетинга Основные понятия: цена, ценообразование, ценовая политика. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе. Формирование цены на гостиничный продукт. Факторы, влияющие на цену гостиничной услуги. Виды цен. Устанавливаемые скидки с цены. Постановка целей и выбор методов ценообразования. | 4 | 2 |
| | 2 | Ценовые стратегии в индустрии гостеприимства Стратегии ценообразования. Виды цен, характерные для разных стратегий. Основные подходы к установлению цен. | | 2 |
| Тема 3.5. Организация рекламной деятельности и пропаганда в индустрии гостеприимства | | Содержание | 24 | |
| | 1 | Исследование рекламы в гостиничном бизнесе Основные понятия: реклама, рекламная компания. Особенности рекламы гостиничных предприятий. Виды рекламы. Средства рекламы гостиниц. Их преимущества и недостатки. Организация рекламной кампании гостиниц. | 8 | 2 |

| | | | | |
|--|---|---|--|-----------------|
| | 2 | Характеристика деятельности Паблик Рилейшенз (PR) Определение PR, функции, задачи. Особенности PR в гостиничной индустрии. Основы коммуникации в связях с общественностью, паблик рилейшнз. PR в сфере взаимодействия со СМИ. | | 1 |
| | 3 | Особенности формирования фирменного стиля Основные элементы фирменного стиля гостиниц. Носителя фирменного стиля. Современные направления в использовании фирменного стиля. | | 1 |
| | 4 | Организация выставочной деятельности в индустрии гостеприимства Особенности выставочной деятельности, значение выставочных мероприятий для предприятий сферы гостеприимства. Классификация выставочных мероприятий. | | 1 |
| | Практические занятия | | | 16 |
| | 1 | Разработка элементов фирменного стиля гостиничного предприятия. | | |
| | 2 | Анализ товарной рекламы в индустрии гостеприимства. | | |
| | 3 | Разработка презентаций «Виды рекламы. Типы рекламных компаний». | | |
| | 4 | Составление рекламного обращения гостиничного предприятия. | | |
| | 5 | Составление плана и статей о деятельности гостиничного предприятия при проведении рекламной компании. | | |
| | <p align="center">Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ</p> <p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ отчетов и подготовка их к защите.</p> <p align="center">Примерная тематика домашних заданий:</p> <p>1.Составить схему основных стадий разработки нового продукта. 2.Разработать варианты поиска идей нового продукта. 3.Графически изобразить виды кривых жизненного цикла гостиничного продукта. 4.Выявить идеальную кривую жизненного цикла гостиничного продукта.</p> | | | 25 ³ |

| | | | |
|--|---|----|---|
| <p>5.Подготовить реферат на тему: «История происхождения брендинга».</p> <p>6.Определить отличие бренда от торговой марки.</p> <p>7.Изучить основные инструменты стимулирования сбыта гостиничных услуг.</p> <p>8.Определить необходимость создания канала распределения и сбыта для услуг гостиничного предприятия.</p> <p>9.Выявить основное отличие каналов распределения и сбыта товаров материального производства и предоставляемых услуг.</p> <p>10.Ознакомиться с основными участниками канала распределения и сбыта услуг для гостиницы.</p> <p>11.Определить каким образом современные информационные технологии изменили канал распространения услуг в сфере гостиничного гостеприимства.</p> <p>12.Определить, как правильно оценить выгоду от приобретения франшизы.</p> <p>13.Описать методику проведения наблюдений и опросов.</p> <p>14.Составить таблицу основных видов рекламы.</p> <p>15.Определить факторы, которые оказывают влияние на уровень цен в гостиницах г. Курска.</p> <p>16.Ознакомиться с Методическими указаниями об особенностях формирования цен на услуги гостиниц.</p> <p>17. Перечислить особенности ценообразования на инновационные гостиничные услуги.</p> <p>18.Определить различие между процессами рекламы и продажи услуг гостиницы.</p> <p>19.Определить выгоды PR в гостинице в отличие от коммерческой рекламы.</p> <p>20.Подготовить доклад на тему: «Возникновение и формирование фирменного стиля индустрии гостеприимства».</p> <p>21.Графически изобразить фирменный стиль гостиницы г. Курска.</p> | | | |
| Раздел ПМ 4. Управление качеством и конкурентоспособностью | | 36 | |
| МДК 1. Организация продаж гостиничного продукта | | 24 | |
| Тема 4.1.Развитие предприятий индустрии гостеприимства в конкурентной среде | Содержание | 16 | |
| | 1 Характеристика конкурентной среды Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность предприятий, продукции и услуг: конкурентные преимущества. Параметры конкурентоспособности. Особенности конкурентоспособности предприятий гостиничного хозяйства. Средства формирования. | 4 | 1 |
| | 2 Классификация критериев конкурентоспособности Критерии конкурентоспособности, их характеристика. Принципы конкурентоспособности продукта индустрии гостеприимства. | | 1 |
| | Практические занятия | 12 | |

| | | | | |
|--|-----------------------------|---|-----------------|---|
| | 1 | Определение параметров конкурентоспособности гостиничного предприятия | | |
| | 2 | Построение конкурентной карты рынка гостиничных услуг г. Курска | | |
| | 3 | Выбор и характеристика конкурентных преимуществ гостиницы | | |
| Тема 4.2. Управление качеством услуг в индустрии гостеприимства | Содержание | | 8 | |
| | 1 | Система управления качеством услуг Понятие «точки соприкосновения». Система управления качеством – модель качества обслуживания. Стратегии маркетинга в целях обеспечения качественного обслуживания. | 4 | 2 |
| | 2 | Характеристика службы управляющего по маркетингу Виды служб, их краткая характеристика. Взаимодействие служб и подразделений в работе по улучшению качества. | | 2 |
| | Практические занятия | | 4 | |
| | 1 | Разработка программы повышения качества обслуживания в гостинице. | | |
| Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ отчетов и подготовка их к защите. | | | 12 ⁴ | |
| Примерная тематика домашних заданий: | | | | |
| 1. Изучить механизмы повышения конкурентоспособности в гостиничном бизнесе. | | | | |
| 2. Разработать направления формирования конкурентных преимуществ в гостиничном бизнесе. | | | | |
| 3. Изучить содержание пяти ступеней в модели качества обслуживания. | | | | |
| 4. Определить значимость управляющего по качеству в гостиничном бизнесе. | | | | |
| Раздел ПМ 5. Разработка комплекса маркетинга в индустрии гостеприимства | | | 30 | |
| МДК 1. Организация продаж гостиничного продукта | | | 20 | |
| Тема 5.1. Исследование комплекса маркетинга в индустрии гостеприимства | Содержание | | 6 | |
| | 1 | Основные подходы к организации продаж продукта Понятие «Четыре Пи», «Семь Пи», «Девять Пи» в гостиничном маркетинге. | 4 | 1 |
| | 2 | Характеристика структуры гостиничного предприятия Основные составляющие структуры маркетинга: цели и задачи, функции, принципы, объекты, субъекты, окружающая среда, стратегия и тактика, исследование, | | 1 |

| | | | | |
|---|-------------------|---|-----------------|---|
| | | организация и управление. | | |
| | | Практические занятия | 2 | |
| | 1 | Разработка комплекса маркетинга на предприятии. | | |
| Тема 5.2. Исследование сегмента рынка | Содержание | | 14 | |
| | 1 | Назначение сегментирования рынка Основные понятия: сегментация рынка, сегмент, рыночная «ниша». Основные переменные сегментации потребителей услуг гостеприимства. Условия эффективного сегментирования. Особенности некоторых сегментов рынка услуг гостеприимства. Методика поиска целевых сегментов. | 6 | 2 |
| | 2 | Критерии выбора сегмента рынка Количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции | | 2 |
| | 3 | Позиционирование гостиничных продуктов Ключевые аспекты понятия позиционирования, его специфика, связанная со сферой гостиничного бизнеса. Особенности позиционирования гостиничной услуги. | | 2 |
| | | Практические занятия | 8 | |
| | 1 | Сегментация рынка гостиничных услуг. | | |
| | 2 | Выбор и характеристика потребительского сегмента гостиничных услуг. | | |
| Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ отчетов и подготовка их к защите. | | | 10 ⁵ | |
| Примерная тематика домашних заданий: 1.Схематично изобразить сферу услуг в гостинице как системы. 2.Составить глоссарий основных терминов и определений. 3.Составить схему основных этапов выбора целевого рынка. 4.Перечислить плюсы сегментации рынка 5.Изучить параметры при выборе конкретного сегмента рынка. 6.Изучить особенности позиционирования гостиничных услуг г. Курска. | | | | |
| Примерная тематика курсовых работ (проектов) <i>Не предусмотрена</i> | | | - | |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе (проекту) | | | - | |
| Производственная практика – (по профилю специальности) итоговая (концентрированная) | | | 72 | |

| | | |
|---|------------|--|
| <p>Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выявление и анализ потребностей в продукции и услугах гостиничного предприятия. Разработка анкет и опросных листов. Проведение опроса потребителей. Составление отчета по результатам исследования. 2. Оценка и прогноз состояния окружающей среды гостиничного предприятия. 3. Анализ работы службы маркетинга на предприятии. 4. Анализ основных методов маркетинговых исследований, используемых предприятием. 5. Изучение особенностей деятельности ФОССТИС на предприятии, и их совершенствование. 6. Разработка элементов фирменного стиля и имиджа гостиницы. 7. Разработка мероприятий направленных на повышение продаж гостиничного продукта представителями гостиницы (турагентами). 8. Овладение системой ценообразования гостиничного предприятия. 9. Освоение методики конкурентоспособности предприятия. 10. Мониторинг соблюдения стандартов качества сервиса. 11. Выявление и анализ процесса сегментирования. 12. Разработка комплекса маркетинга. | | |
| Всего | 300 | |

- 1 – в том числе 4 часа консультаций;
- 2 – в том числе 6 часов консультаций;
- 3 – в том числе 8 часов консультаций;
- 4 – в том числе 2 часа консультаций;
- 5 – в том числе 2 часа консультаций.

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Организации продаж гостиничного продукта» и лаборатории «Служба продажи и маркетинга».

Кабинет оборудован:

- стол преподавателя – 1 шт.;
- стол аудиторный двухместный – 15 шт.;
- стулья аудиторные – 30 шт.;
- доска аудиторная для написания мелом – 1 шт.;
- тумба – 2 шт.;
- персональный компьютер в сборе - 1 шт.
- мобильный ПК (ноутбук) Asus M51V - 1 шт.
- МФУ лазерное Canon i-sensys MF 4018 - 1 шт.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;

Microsoft Office Professional Plus 2007 Open License: 43219389;

7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;

Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение;

Mozilla Firefox Свободное программное обеспечение GNU GPL и GNU LGPL;

Google Chrome Свободная лицензия BSD.

Лаборатория оборудована:

- стол преподавателя – 1 шт.
- стол аудиторный двухместный – 15 шт.
- стулья аудиторные – 30 шт.;
- доска аудиторная для написания мелом – 1 шт.
- тумба – 2 шт.
- персональный компьютер в сборе - 1 шт.
- мобильный ПК (ноутбук) Asus M51V - 1 шт.
- МФУ лазерное Canon i-sensys MF 4018 - 1 шт.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;

Microsoft Office Professional Plus 2007 Open License: 43219389;

7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;

Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение;

Mozilla Firefox Свободное программное обеспечение GNU GPL и GNU LGPL;

Google Chrome Свободная лицензия BSD.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Семенова, Л. В. Организация продаж гостиничного продукта: Учебное пособие для ССУЗов / Семенова Л. В. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2016 .— 85 с. — Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks.

Дополнительная литература:

1. Дашкова Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дашкова Т.Л.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 72 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4462>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Маркетинг. Учебник и практикум: / под ред. Л.А. Данченко. – М. : Издательство Юрайт, 2015. – 486 с.

Интернет - ресурсы:

1. Booking.com – Официальный сайт / booking.com
2. www.delinform.ru – Delinform – Интернет-журнал деловой информации для ритейлеров, рестораторов и отельеров
3. www.4p.ru – Маркетинг журнал 4Р;
4. www.horeca-magazine.ru – Ежедневный информационный деловой журнала «Horeca-magazine»;
5. www.mavriz.ru – журнал «Маркетинг в России и зарубежом»
6. <http://prohotel.ru> – портал про гостиничный бизнес;
7. www.frontdesk.ru – сообщество профессионалов гостиничного бизнеса.

2.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием проведения учебных занятий по профессиональному модулю является наличие оснащенного учебного кабинета и рабочих мест по количеству обучающихся.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) по профессиональному модулю «Продажи гостиничного продукта» является наличие у обучающегося документально оформленного медицинского заключения о соответствии состояния здоровья условиям работы в данной профессиональной области.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) по профессиональному модулю «Продажи гостиничного продукта» является освоение профессиональных модулей: «Бронирование гостиничных услуг», «Прием, размещение и выписка гостей», «Вы-

полнение работ по одной или нескольким профессиям» и компетенций в рамках общепрофессиональных дисциплин: «Управление персоналом», «Организация туризма», «Организация туризма», «Безопасность жизнедеятельности», «Организация административно-хозяйственной службы гостиницы», «Здания и инженерные системы гостиниц».

Для оценки усвоения профессионального модуля в конце производственной практики (по профилю специальности) предусматривается выполнение контрольного задания, которое включает теоретическую часть и выполнение комплексного практического задания. Контрольное задание выполняется каждым студентом и оценивается руководителем практики.

При изучении модуля с обучающимися проводятся консультации, которые могут проводиться как со всей группой, так и индивидуально.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса.

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

наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Продажи гостиничного продукта» и специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты - преподаватели междисциплинарных курсов: «Организация деятельности службы бронирования», «Организация деятельности службы приема, размещения и выписки гостей», а также общепрофессиональных дисциплин: «Управление персоналом», «Организация туризма», «Организация туризма», «Безопасность жизнедеятельности», «Организация административно-хозяйственной службы гостиницы», «Здания и инженерные системы гостиниц».

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|--|--|---|
| ПК 4.1 Выявлять спрос на гостиничные услуги | -обоснованность выбора вида маркетингового опроса потреби- | Тестирование, интерпретация |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>телей;</p> <ul style="list-style-type: none"> - соблюдение условий ведения диалога с клиентом в соответствии с правилами построения и ведения диалога; - правильность оформления анкет для работы с клиентами в соответствии с правилами и методами составления анкет; - правильность обработки результатов опросов в соответствии с методами анализа данных; - аргументированность преимущества товарного предложения (гостиничного продукта). | <p>результатов наблюдения за ходом деловых игр, экспертная оценка выполнения практических заданий, кейс – задач, коллоквиумов, нестандартных ситуаций;</p> <p>экзаменационные билеты для устного экзамена по МДК 04.01; отчёт по производственной практике; дифференцированный зачет по производственной практике; экзамен квалификационный</p> |
| ПК 4.2 Формировать спрос и стимулировать сбыт | <ul style="list-style-type: none"> - аргументированность выбора средств формирования спроса; - аргументированность выбора потенциальных потребителей в соответствии с правилами формирования спроса; - полнота информирования клиентов о потребительских характеристиках товаров в соответствии с правилами формирования спроса; - обоснованность выбора средств распространения рекламы; - полнота рекламного обращения в соответствии с правилами рекламы. | <p>Тестирование, интерпретация результатов наблюдения за ходом деловых игр, экспертная оценка выполнения практических заданий, кейс – задач, коллоквиумов, рефератов, индивидуальных и групповых творческих заданий.</p> <p>экзаменационные билеты для устного экзамена по МДК 04.01; отчёт по производственной практике; дифференцированный зачет по производственной практике; экзамен квалификационный</p> |
| ПК 4.3 Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг | <ul style="list-style-type: none"> - аргументированность выбора критериев конкурентоспособности; - последовательность ранжирования конкурентов по степени важности в соответствии с критериями конкурентоспособности; - оценка сильных и слабых сторон конкурентов в соответствии с Матрицей сравнения конкурентов; | <p>Экспертная оценка выполнения практических заданий, кейс – задач, коллоквиумов, рефератов.</p> <p>экзаменационные билеты для устного экзамена по МДК 04.01; отчёт по производственной практике;</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - оценка собственных конкурентных преимуществ в соответствии с Матрицей сравнения конкурентов; - обоснованность выбора стратегии в работе с конкурентами в соответствии с методами конкурентной борьбы. | дифференцированный зачет по производственной практике; экзамен квалификационный |
| ПК 4.4 Принимать участие в разработке комплекса маркетинга | <ul style="list-style-type: none"> - аргументированность формирования товарного предложения в соответствии с результатами маркетингового опроса потребителей; - определение цены на гостиничный продукт в соответствии с правилами формирования цен; - обоснованность выбора комплексных мероприятий promotion; - выбора каналов товародвижения в соответствии с принципами маркетинговых стратегий. | <p>Экспертная оценка Выполнения Практических заданий, кейс – задач, коллоквиумов.</p> <p>экзаменационные билеты для устного экзамена по МДК 04.01; отчёт по производственной практике; дифференцированный зачет по производственной практике; экзамен квалификационный</p> |

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

| Результаты (освоенные общие компетенции) | Основные показатели результатов подготовки | Формы и методы контроля |
|---|---|--|
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | <ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к будущей профессии; - участие в олимпиадах по специальности, студенческих конференциях, профессиональных конкурсах; - положительная динамика успеваемости; - минимизация пропусков занятий. | <ul style="list-style-type: none"> –Накопительное оценивание; –Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (в ходе практических занятий, обсуждения результатов, круглого стола, контрольной работы, экзамена) –тематическое –портфолио (сбор образцов деятельности обучающихся, демонстрирующих умения, практический опыт, доказательства сформированных компетенций) –экспертная оценка проекта –самоконтроль |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые | <ul style="list-style-type: none"> - рациональность планирования собственной деятельности; | <ul style="list-style-type: none"> –Накопительное оценивание; –Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися |

| | | |
|--|---|---|
| <p>методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p> | <ul style="list-style-type: none"> - осознанность выбора общепринятых способов решения профессиональных задач; - своевременность и полнота выполнения планируемых мероприятий; - адекватность оценки собственной деятельности. | <p>мися (в ходе практических занятий, обсуждения результатов, коллоквиумов, защиты рефератов, выполнением индивидуальных и групповых творческих заданий, контрольной работы, экзамена)</p> <ul style="list-style-type: none"> –тематическое –портфолио (сбор образцов деятельности обучающихся, демонстрирующих умения, практический опыт, доказательства сформированных компетенций) – кспертная оценка проекта |
| <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p> | <ul style="list-style-type: none"> - проявление инициативы в управлении стандартными и нестандартными ситуациями; - обоснованность выбора способов решения стандартных и нестандартных ситуаций; - готовность нести ответственность за собственные решения. | <ul style="list-style-type: none"> –Накопительное оценивание; –Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (в ходе практических занятий, обсуждения результатов, коллоквиумов, защиты рефератов, выполнением индивидуальных и групповых творческих заданий, контрольной работы, экзамена) –тематическое –портфолио (сбор образцов деятельности обучающихся, демонстрирующих умения, практический опыт, доказательства сформированных компетенций) – кспертная оценка проекта |
| <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p> | <ul style="list-style-type: none"> - оперативность поиска и использования информации для выполнения профессиональной деятельности; - систематизация и обобщение необходимой информации для выполнения профессиональных задач; - эффективность применения информации для профессионального и личностного роста. | <ul style="list-style-type: none"> –Накопительное оценивание; –Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (в ходе практических занятий, обсуждения результатов, коллоквиумов, защиты рефератов, выполнением индивидуальных и групповых творческих заданий, контрольной работы, экзамена) –тематическое –портфолио (сбор образцов деятельности обучающихся, |

| | | |
|--|---|--|
| | | <p>демонстрирующих умения, практический опыт, доказательства сформированных компетенций)</p> <p>–</p> <p>кспертная оценка проекта</p> |
| <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p> | <p>- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности;</p> <p>- работа с профессиональной программой Store House;</p> <p>- успешность применения ИКТ в профессиональной деятельности.</p> | <p>–Накопительное оценивание;</p> <p>–Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (в ходе практических занятий, обсуждения результатов, коллоквиумов, защиты рефератов, выполнением индивидуальных и групповых творческих заданий, контрольной работы, экзамена)</p> <p>–тематическое</p> <p>–портфолио (сбор образцов деятельности обучающихся, демонстрирующих умения, практический опыт, доказательства сформированных компетенций)</p> <p>–</p> <p>кспертная оценка проекта</p> |
| <p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p> | <p>- эффективность общения и взаимодействия в коллективе и в команде для достижения общих целей;</p> <p>- осознанность выполнения своих функций в коллективе и в команде;</p> <p>- соблюдение принципов делового общения;</p> <p>- отсутствие конфликтов.</p> | <p>–Накопительное оценивание;</p> <p>–Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (в ходе практических занятий, обсуждения результатов, коллоквиумов, защиты рефератов, выполнением индивидуальных и групповых творческих заданий, контрольной работы, экзамена)</p> <p>–тематическое</p> <p>–портфолио (сбор образцов деятельности обучающихся, демонстрирующих умения, практический опыт, доказательства сформированных компетенций)</p> <p>–</p> <p>кспертная оценка проекта</p> |
| <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий</p> | <p>- осуществление организации работы членов команды (подчиненных);</p> <p>- своевременность контроля над деятельностью членов</p> | <p>–Накопительное оценивание;</p> <p>–Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (в ходе практических</p> |

| | | |
|---|---|---|
| | <p>команды (подчиненных);</p> <ul style="list-style-type: none"> - самоанализ и коррекция результатов собственной работы. | <p>занятий, обсуждения результатов, коллоквиумов, защиты рефератов, выполнением индивидуальных и групповых творческих заданий, контрольной работы, экзамена)</p> <ul style="list-style-type: none"> - тематическое - портфолио (сбор образцов деятельности обучающихся, демонстрирующих умения, практический опыт, доказательства сформированных компетенций) - кспертная оценка проекта |
| <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p> | <ul style="list-style-type: none"> - выбор целей профессионального и личностного роста; - организация самостоятельной работы при изучении профессионального модуля; - стремление к непрерывному профессиональному образованию и инновациям в профессиональной сфере. | <ul style="list-style-type: none"> - Накопительное оценивание; - Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (в ходе практических занятий, обсуждения результатов, коллоквиумов, защиты рефератов, выполнением индивидуальных и групповых творческих заданий, контрольной работы, экзамена) - тематическое - портфолио (сбор образцов деятельности обучающихся, демонстрирующих умения, практический опыт, доказательства сформированных компетенций) - кспертная оценка проекта |
| <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p> | <ul style="list-style-type: none"> - отслеживание изменений в технологии обработки сырья и приготовления полуфабрикатов; - анализ инноваций в технологии переработки сырья и приготовления полуфабрикатов; - коррекция собственной деятельности в условиях внедрения современных технологий. | <ul style="list-style-type: none"> - Накопительное оценивание; - Интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (в ходе практических занятий, обсуждения результатов, коллоквиумов, защиты рефератов, выполнением индивидуальных и групповых творческих заданий, контрольной работы, экзамена) - тематическое - портфолио (сбор образцов деятельности обучающихся, демонстрирующих умения, |

| | | |
|--|--|--|
| | | практический опыт, доказательства сформированных компетенций) –экспертная оценка проекта –самоконтроль |
|--|--|--|