

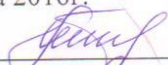



**ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 04 ПРОДАЖИ ГОСТИНИЧНОГО ПРОДУКТА**

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ 43.02.11 ГОСТИНИЧНЫЙ СЕРВИС

Тамбов 2016 г.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
Программы профессионального модуля
ПМ.04. Продажи гостиничного продукта

Рассмотрена и одобрена
предметно-цикловой комиссией
Протокол № 1
от «30» августа 2016г.
Председатель 

Утверждаю
зам директора по УПР

«30» августа 2016г.

Программа профессионального модуля ПМ.04. «Продажи гостиничного продукта» соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту в части требований к результатам освоения программы подготовки квалифицированных служащих по специальности 43.02.11 «Гостиничный сервис» и учебному плану, разработанному в соответствии с потребностями работодателей и особенностями развития отрасли «Сервис» Тамбовского региона.


Организация разработчик:

Тамбовское областное государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Колледж торговли, общественного питания и сервиса»

Программа рассмотрена и рекомендована областным кластерным объединением «Социальная сфера».

Протокол № I от «30» августа 2016 г.

СОГЛАСОВАНО:

Генеральный директор
ООО «Гостиница Державинская»
 В.Н. Гончаров
«02» сентября 2016 г.



Содержание

1. Паспорт примерной программы профессионального модуля	4
2. Результаты освоения профессионального модуля	7
3. Структура и содержание профессионального модуля	8
4. Условия реализации программы профессионального модуля	12
5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	13

1. Паспорт программы профессионального модуля Организация продаж гостиничного продукта

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 43.02.11 «Гостиничный сервис» в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

продажи гостиничного продукта и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

Примерная программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке по специальности 11695 «Горничная», 20063 «Администратор гостиницы (дома отдыха)», 25627 «Портье»

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент должен:

иметь практический опыт:

- изучения и анализа потребностей потребителя гостиничного продукта, подбора соответствующего им гостиничного продукта;
- разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;
- выявления конкурентоспособности гостиничного продукта и организации;
- участия в разработке комплекса маркетинга.

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 302 часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки студента – 140 часов;

обязательной аудиторной учебной нагрузки студента – 94 часа;

самостоятельной работы студента – 46 часов;

производственной практики – 162 часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности:

Организация продаж 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 для совершенствования профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать её сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственности 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 частной смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

3. Структура и содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)			Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося, часов	Учебная, часов	Производственная, часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов			
1	2	3	4	5	6	7	8
П.К. 4.1-4.4	Продажи гостиничного продукта	302	94	24/20	46	-	162
	Производственная практика, часов (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)						162
	Всего:	302	94	24/20	46	-	162

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) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Раздел 1 ПМ 4.1- 4.4 Продажи гостиничного продукта		302		
МДК 04.02 Организация продаж гостиничного продукта		94		
Тема 1. Субъекты и объекты маркетинговой деятельности гостиничного предприятия	Содержание	10	2	
	Маркетинговой деятельности в гостиничном предприятии: цели, задачи. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Понятие рынка, условия функционирования, структурные элементы и характеристики. Классификация субъектов осуществляющих маркетинговую деятельность. Окружающая среда предприятия: виды, факторы формирующие окружающую среду предприятия. Изучение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет.			
	Контрольные работы			-
	Практические работы			6
	1. Установление основных компетенций сотрудников отдела продаж и маркетинга.			
	2. Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и определение способов его продления			
	3. Разработка практических рекомендаций по формированию спроса			
	Лабораторные работы	-		
Самостоятельная работа обучающихся	6			
Тема 2. Сегментация рынка гостиничных услуг	Содержание:	4	2	
	Характеристика признаков и методов сегментации, основные критерии сегментации. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.			
	Контрольные работы	-		
	Практические работы	4		
1. Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.				

	2	Анализировать возможности освоения новых сегментов рынка		
	Лабораторные работы		-	
	Самостоятельная работы обучающихся		10	
Тема 3. Мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта	Содержание:		10	
	Мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта (ФОССТИС). Стратегическое маркетинговое планирование. Порядок разработки и структура плана маркетинга. Информационные методы: пропаганда, консультации. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, PR; возможности, достоинства и недостатки. Изучение методов прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности.			2
	Контрольные работы		-	
	Практические работы:		4	
	1.	Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей. Анализ результатов опроса.		
	2	Позиционирование гостиничного продукта.		
	Лабораторные работы		-	
	Самостоятельные работы обучающихся		6	
Тема 4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия	Содержание		10	
	Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Стратегия продвижения гостиничных продуктов и услуг на внутренние и внешние рынки Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды, правовая база. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирование. «Паблик рилейшенз»: понятия, назначение, виды мероприятий.			
	Контрольные работы		-	
	Практические работы		4	
	1.	Анализ окружающей среды гостиничного предприятия		
	2.	Выбор средства распространения рекламы. Определение эффективность рекламы		
	Самостоятельная работа		6	
	Тема 5. Конкурентоспособность	Содержание:		8

предприятий гостиничного хозяйства	Понятие о конкуренции, её функции. Конкуренция и рынок. Конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг. Гостиничный продукт и гостиничная услуга: понятие, отличие от товара. Показатели конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Качество гостиничного продукта: понятие, показатели, методы оценки. Этапы жизненного цикла товаров (ЖЦТ).		2
	Контрольные работы	-	
	Практические работы:	4	
	1. Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия.		
	2. Овладение методикой SWOT анализа.		
	Лабораторные работы	-	
Самостоятельная работа обучающихся:	6		
Тема 6. Разработка комплекса маркетинга	Содержание	4	2
	Критерии оценки конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Ознакомление с методами анализа конкурентоспособности гостиничного продукта и предприятия. Понятие составляющих комплекса маркетинга (продукт, цена, место (распределение), продвижение). Формирование и управление номенклатурой услуг в гостинице. Методы изучения и анализа предпочтений потребителя.		
	Контрольные работы	-	
	Практические работы	-	
	Лабораторные работы	-	
	Самостоятельная работа обучающихся:	6	
Тема 7. Составляющие комплекса маркетинга	Содержание	2	
	Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: продукт, цена, каналы сбыта, продвижение. Гостиничный продукт: характерные особенности, методы формирования комплексного гостиничного продукта. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.		
	Контрольные работы	-	
	Практические работы	-	
	Самостоятельная работа	-	
Тема 8. Разработка гостиничного продукта	Содержание	2	
	Разработка гостиничного продукта на основе маркетингового подхода. Позиционирование гостиничных продуктов и услуг. Понятие ассортимента гостиничных продуктов и услуг, ассортиментной политики гостиницы. Особенности товарной политики гостиницы.		
	Контрольная работа	-	
Практические работы:	2		

	1. Разработка программы по организации и реализации сбытовой политики в предприятиях сферы гостеприимства.		
	Самостоятельная работа	6	
<p>Примерная тематика курсовых работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Конкуренция на рынке гостиничных услуг; стратегия и тактика конкурентной борьбы 2. Продвижение гостиничных услуг 3. Разработка комплекса маркетинга гостиничных предприятий 4. Анализ качества гостиничных услуг 5. Разработка мероприятий по усилению конкурентной позиции организации на рынке гостиничных услуг 6. Конкурентные стратегии организации в условиях несовершенной конкуренции 7. Влияние основных факторов микросреды на развитие предприятий гостиничного комплекса 8. Управление маркетингом на рынке гостиничных услуг 9. Маркетинг гостиничных услуг 10. Стратегия предприятия на основе swot-анализа 11. Исследование мотивов поведения потребителей на рынке гостиничных услуг. Эффективность рекламы 12. Комплекс маркетинговых коммуникации в индустрии гостеприимства 13. Формирование рыночной стратегии и ее значение в деятельности предприятия и организации 14. Принципы построения и выбор организационных структур управления предприятием и организацией 15. Совершенствование сбытовой политики в гостиницах, отелях 16. Маркетинговая сбытовая стратегия гостиниц, отелей 17. Совершенствование сбытовой политики гостиниц, отелей 18. Формирование и продвижение гостиничного продукта 19. Позиционирование гостиничного продукта 20. Характеристика и особенности гостиничных услуг 21. Новые методы привлечения потребителей гостиничных услуг 22. Формирование комплексного гостиничного продукта 23. Особенности деятельности гостиничных предприятий 	20		
<p>Самостоятельная работа:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ознакомление с основными принципами и функциями маркетинга. 2. Ознакомление с различными видами рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций. 3. Определение целевых аудиторий коммуникаций. 4. Ознакомление с критериями выбора сегмента рынка гостиничного предприятия. 5. Анализ возможностей освоения сегмента рынка гостиничным предприятием. 6. Подготовка сообщений по психологическим моделям покупательских мотиваций, моделям кросс-культурного поведения в гостиничном бизнесе, сегментации клиентов, формировании пакетов гостиничных услуг. 7. Подготовка докладов и рефератов по темам: <ul style="list-style-type: none"> • Понятие емкости и доли рынка гостиничных услуг; • Система социологических исследований в гостиничном бизнесе; • Сегментирование гостиничного рынка, характеристика основных признаков сегментации • Позиционирование гостиничных продуктов и услуг, понятие и значение. 	46		

<p>8. Ознакомление с Антимонопольным законодательством. 9. Ознакомление с Государственной программой поддержки малого предпринимательства. 10. Определение конкурентов гостиничного предприятия в целевом сегменте рынка. 11. Выявление факторов продуктовой политики гостиничного предприятия.</p>		
<p>Примерная тематика домашних заданий Понятие рынка, условия функционирования, структурные элементы и характеристики. Объекты и субъекты рыночной деятельности. Классификация рынков по некоторым признакам. Концепция рыночной деятельности. Пять концепций маркетинга. Мероприятия по продвижению гостиничного продукта на рынке. Реклама. Паблик рилейшнз. Личные продажи. Стимулирование сбыта. Мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта (ФОССТИС). Стратегическое маркетинговое планирование. Порядок разработки и структура плана маркетинга. Контроль в маркетинге. Понятие о конкуренции, её функции. Конкуренция и рынок. Виды конкуренции. Конкурентоспособность оказываемых гостиничных услуг. Конкурентоспособность предприятия. Понятие составляющих комплекса маркетинга (продукт, цена, место (распределение), продвижение).</p>		
<p>Производственная практика Виды работ: проведение анализа внешней среды предприятия, составление SWOT- анализа предприятия разработка рекламных материалов.</p>	162	
<p>Всего</p>	302	

4. Условия реализации программы профессионального модуля

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Организация продаж гостиничного продукта».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

Посадочные места по количеству студентов

Рабочее место преподавателя

Комплект учебно-наглядных пособий

Технические средства обучения:

Компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиапроектор.

Реализация программы модуля предполагает учебную практику.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Белоусова С. Н., Белоусов А.Г. «Маркетинг», Ростов-на-Дону 2010г.
2. Годин А. М. «Маркетинг», Москва, 2013 г.
3. Воронин С.И. «Маркетинг», Воронеж, 2014 г.
4. Дашкова Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе. - М.: ИТК «Дашков и К», 2010.
5. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства. Учебное пособие. – Москва, «Академия», 2011.
6. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме.- Москва, «Академия», 2010
7. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма- Москва, «Академия», 2010
8. Лыгина Н. И., Ляпина И.Р. «Маркетинг товаров и услуг», Москва 2010 г.
9. Шматько Л.П Туризм и гостиничное хозяйство. Москва, «МарТ», 2010

Дополнительные источники:

1. Баркан Д.И. «Как сегментировать рынок и изучить потребителя. Практический маркетинг», Москва, 1991 г.
2. Власова В.М. «Основы предпринимательской деятельности», Москва, 1997 г.
3. Котлер Ф. «Основы маркетинга», Москва, 1993 г.

Нормативные документы

1. Федеральный закон «О защите прав потребителей» то 09.01.96 № 2-ФЗ.
2. Федеральный закон «О рекламе» от 18.07.95 № 108-ФЗ.
3. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации» от 20.02.95 № 24-ФЗ.
4. Федеральный закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22.03.91 № 948-1-ФЗ.

Интернет-ресурсы:

- <http://www.titul.ru>
- <http://www.vesbook.ru>
- <http://www.omega-1.ru>
- <http://www.examen.biz>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия при изучении данного модуля проводятся в учебных кабинетах, освоению данного модуля должно предшествовать изучение следующих дисциплин:

Менеджмент,
Правовое и документационное обеспечение профессиональной деятельности,
Управленческая психология,
Экономика организации и др.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по ПМ: среднее профессиональное или высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля, опыт деятельности в организации соответствующей профессиональной сферы.

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
Выявлять спрос на гостиничные услуги	<ul style="list-style-type: none"> - правильность выявления спроса на гостиничные услуги; - правильность проведения сегментации рынка, выявления параметров сегментирования и целевого рынка; - правильное выявление особенностей поведения потребителей; - грамотное общение с потребителем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги, в том числе на иностранном языке 	Текущий контроль в форме: <ul style="list-style-type: none"> - контрольных работ по темам модуля.
Формировать спрос и стимулировать сбыт.	<ul style="list-style-type: none"> - правильность позиционирования гостиничного продукта; - грамотность выбора оптимальных методов формирования спроса и продвижения услуг индустрии гостеприимства; - оценка качественного анализа информации о рынке предложений гостиничных продуктов; - полнота и грамотность анализа информации о рынке гостиничных услуг и создания базы данных потребителей, конкурентов, поставщиков; - правильность выбора средств распространения рекламных материалов; - правильность выбора техники и приёмов эффективного общения с гостем в процессе выявления спроса на гостиничные услуги, в том числе на иностранном языке; - грамотность выбора целесообразности применения средств и методов маркетинга, выбора и использования наиболее рациональные из них 	Текущий контроль в форме: <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических работ; - самостоятельных работ по темам модуля.
Оценивать конкурентоспособность оказываемых гостиничных	<ul style="list-style-type: none"> - точность и правильность определения конъюнктуры рынка; - правильность оценки 	Текущий контроль в форме: <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических

услуг.	<p>конкурентоспособности гостиничного предприятия и продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> - правильность оценки качества гостиничного продукта; - грамотность оформления документов по качеству 	<p>работ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - контрольных работ по темам модуля.
Принимать участие в разработке комплекса маркетинга.	<ul style="list-style-type: none"> - грамотность разработки в соответствии с запросами потребителей; - правильность определения характеристик и оптимальной номенклатуры услуг; - точность и грамотность расчёта проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; - точность и грамотность расчёта себестоимости и стоимости гостиничного продукта; - правильность выбора информации о ценах и ценовой политике конкурентов; - грамотность составления рекламных текстов об услугах гостиницы; - выбора средств распространения рекламы; - правильность определения эффективности рекламы; - полнота и грамотность формирования базы данных и различных информационных ресурсов; - грамотность общения с потребителем в процессе разработки комплекса маркетинга и спроса, в том числе на иностранном языке; - правильное использование техники и приёмов эффективного общения с гостями, деловыми партнёрами и коллегами 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических работ; - самостоятельных работ по темам модуля.

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 умения.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии; - участие в конкурсах и мероприятиях профессиональной направленности; - создание портфолио студента.	Анализ портфолио студентов
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; - оценка эффективности и качества выполнения задания.	Интерпретация результатов наблюдений за практической деятельностью студента
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки маркетинговых мероприятий	Интерпретация результатов наблюдений за практической деятельностью студента
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск информации необходимой для решения ситуационных задач, связанных с продвижением услуг; - использование различных источников, включая электронные по теме модуля	Интерпретация результатов наблюдений за практической деятельностью студента
Использовать информационно – коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; - работа на компьютере по созданию презентаций с использованием интернет-ресурсов	Интерпретация результатов наблюдений за практической деятельностью студента
Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие со студентами, преподавателями, руководителями и кураторами практики в ходе обучения	Интерпретация результатов наблюдений за практической деятельностью студента
Брать на себя ответственность за работу членов команды	- соблюдение правил санитарии и техники безопасности;	Интерпретация результатов

(подчиненных), за результат выполнения заданий	- самоанализ и коррекция результатов собственной работой; - проявление ответственности за работу подчинённых, результат выполнения заданий	наблюдений за практической деятельностью студента
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня	Анализ отзывов
Ориентироваться в условиях частной смены технологий в профессиональной деятельности.	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности; - анализ инноваций в области продаж гостиничного продукта	Интерпретация результатов наблюдений за практической деятельностью студента
Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	- своевременное получение приписного свидетельства; - участие в военно-патриотических мероприятиях; - участие в военно-спортивных объединениях; - выполнение профессиональных обязанностей во время учебных сборов.	Анализ отзывов