Солодовникова Виктория Дмитриевна

ГБПОУ Московский автомобильно-дорожный колледж им. А.А.Николаева

Преподаватель

**МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА ПО ПРОВЕДЕНИЮ ОТКРЫТОГО УРОКА**

**«ЗАЩИТА КУРСОВОЙ РАБОТЫ»**

**в рамках изучения ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

***ПМ. 04.* Продажи гостиничного продукта**

***МДК 04.01 Организация продажи гостиничного продукта***

**Специальность: 101101 Гостиничный сервис (углубленная подготовка)**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Методическая разработка занятия на тему: «Защита курсовой работы» отражает реализацию основной профессиональной образовательной программы по специальности 101101 Гостиничный сервис (углубленная подготовка).

Тип учебного занятия – практическая работа

*Курсовая работа -* это самостоятельное исследование одной из актуальных проблем по соответствующей учебной дисциплине или профессиональному модулю.

Цель курсовой работы - закрепление и углубление теоретических знаний, полученных при изучении междисциплинарных комплексов, формирование у студентов профессиональных компетенций и навыков самостоятельного решения профессиональных задач.

Курсовая работа является необходимым элементом практической и самостоятельной работы студентов. Она призвана углубить теоретические и прикладные знания, полученные студентами в лекционных курсах, семинарских и практических занятиях, привить навыки научно-исследовательской работы и дать первый опыт подготовки публикаций.

В процессе выполнения курсовой работы решаются следующие задачи:

- систематизация и конкретизация теоретических знаний по соответствующим междисциплинарным комплексам;

- приобретение навыков ведения самостоятельной исследовательской работы, включая поиск и анализ необходимой информации;

- формирование у студентов системного мышления через определение целей и постановку задач работы и навыков ведения научно-исследовательской работы;

- самостоятельное исследование актуальных вопросов;

- развитие у обучающихся логического мышления и умения аргументировано излагать мысли при анализе теоретических проблем и практических примеров, умения формулировать выводы и предложения.

Курсовая работа является частью рабочей программы профессионального модуля в соответствии с ФГОС по специальности **СПО 101101** 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.

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

**иметь практический опыт:**

-изучения и анализа потребностей потребителей гостиничного продукта, подбор оптимального гостиничного продукта;

-разработки практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов;

-выявления 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, система скидок и надбавок;

-специфику рекламы услуг гостиниц и гостиничного продукта

Применение информационно–коммуникационных технологий позволяет наглядно продемонстрировать все этапы выполнения практических заданий и анализ результатов.

Данная методическая разработка может быть использована как методическое пособие при проведении практических занятий по специальности 100101 Гостиничный сервис, а также в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки), профессиональной подготовке работников сферы гостиничного сервиса.

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОГО ЗАНЯТИЯ**

**Специальность:** 101101 Гостиничный сервис

**МДК 04.01** Организация продажи гостиничного продукта

**Тема** «Защита курсовой работы»

На занятии проводится защита курсовых работ, выполненных студентами, обучающимися по специальности 101101 Гостиничный сервис.

В процессе занятия реализуются метапредметные связи со следующими дисциплинами: ОГСЭ.03 Психология общения, ЕН.01 Информатика и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, ОП.01 Менеджмент, ОП.03 Экономика организации, ОП.08 Иностранный язык в профессиональной деятельности, ОП.09 Гостиничная индустрия, ОП.11 Речевая коммуникация, МДК.01.01 Организация деятельности служб бронирования, МДК.02.01 Организация деятельности службы приема, размещения и выписки гостей, МДК.03.01Организация обслуживания гостей в процессе проживания.

Цели занятия:

***Образовательные:***

Публичная защита курсовых работ производится для получения студентами практического опыта защиты проектов и отстаивания своей точки зрения в ходе дискуссии. Кроме того, студенты получают опыт максимально приближенный к реальной защите выпускных квалификационных работ, которая предстоит им через несколько месяцев.

В целях максимального воссоздания атмосферы защиты выпускных квалификационных работ из числа студентов избираются председатель и члены государственной экзаменационной комиссии. Присутствующие на занятии преподаватели, методисты и администрация колледжа играют роли представителей работодателей и социальных партнеров колледжа.

**В ходе защиты курсовой работы студенты должны проявить умение:**

-выявлять, анализировать и формировать спрос на гостиничные услуги;

-разрабатывать гостиничный продукт в соответствии с запросами потребителей, определять его характеристики и оптимальную номенклатуру услуг;

**В процессе представления презентаций, иллюстрирующих защиту курсовой работы студенты должны продемонстрировать знание специфики** гостиничного продукта: характерных особенностей, методов формирования, а так же потребителей гостиничного продукта, особенности их поведения

***Развивающие:***

1. Развивать умение применять знания на практике.

2. Продолжить формирование умений самостоятельной работы обучающихся.

3. Развивать умения анализировать, сравнивать, обобщать, выделять главное.

***Воспитательные:***

Воспитание понимания сущности и социальной значимости своей будущей специальности, проявления к ней устойчивого интереса.

**Тип занятия:** комплексное применение знаний с использованием технологий развивающего обучения.

**Особенности методики:** реализация компетентностного подхода к обучению посредством использования межпредметных связей, профессиональных задач проблемного содержания и профессиональных ситуаций как средств активизации познавательной деятельности студентов.

**Средства обучения:** проектор, экран, компьютер для демонстрации презентаций, иллюстрирующих защиту курсовой работы.

**Дидактические единицы:** Методические указания по выполнению курсовой работы, темы курсовых работ.

**Темы курсовых работ по ПМ 04. Продажи гостиничного продукта**

**МДК 04.01. Организация продаж гостиничного продукта**

|  |  |
| --- | --- |
| **№** | Тема  |
| 1 | Сравнительная характеристика рынка массовых предприятий гостиничного сервиса за рубежом и в России. |
| 2 | Анализ факторов макросреды, влияющих на деятельность сетевых отелей на примере Hilton, Holiday Inn, Sheraton. |
| 3 | Повышение эффективности работы отеля. |
| 4 | Повышение прибыльности туристического бизнеса в России на основе связей с общественностью |
| 5 | Анализ каналов сбыта в гостинице |
| 6 | Анализ рекламных решений для мини-гостиниц г. Москвы |
| 7 | Особенности планирования и проведения рекламной кампании отеля  |
| 8 | Сравнительная характеристика использования средств информации для рекламы двух гостиничных сетей. |
| 9 | Формирование имиджа отеля. |
| 10 | Управление имиджем отеля для формирования конкурентных преимуществ отеля. |
| 11 | Оценка качества обслуживания на примере одной из московских гостиниц. |
| 12 | Интерактивные мероприятия, направленные на потребителя, как средство продвижения товаров отеля в условиях конкурентной борьбы. |
| 13 | Повышение эффективности продвижения рекламных сообщений отеля через СМИ. |
| 14 | Разработка процесса внутреннего маркетинга на примере одного из Московских отелей. |
| 15 | Имидж сотрудников отеля как фактор корпоративных связей с общественностью. |
| 16 | Повышение эффективности работы отеля  |
| 17 | Рекламная кампания в Интернете как средство формирования имиджа отеля  |
| 18 | Разработка маркетингового плана отеля. |
| 19 | Разработка программ повышения лояльности клиентов отеля |
| 20 | Инструменты продвижения веб-сайта отеля |
| 21 | Расчет эффективности планирования и проведения рекламной кампании отеля |
| 22 | Характеристика рыночных посредников сетевых отелей.  |
| 23 | Коммуникативные ценности современного отеля. |
| 24 | Анализ деятельности пресс-службы отеля. |
| 25 | Анализ конкурентоспособности гостиничных услуг. |
| 26 | Разработка системы продвижения и стимулирования продаж  |
| 27 | Повышение спроса на услуги отеля. |
| 28 | Разработка рекламного бюджета отеля |
| 29 | Создание и продвижение веб-сайта как средство поддержания имиджа отеля  |

СТРУКТУРА ЗАНЯТИЯ

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование этапа занятия | Время(мин.) | Цель | Деятельностьпреподавателей | Деятельность обучающихся | Формаконтроля |
| 1 | **I.Организационная****часть:**Тема, цели, вопросыучебного занятия:- связь учебного занятия с предыдущими;- актуальность темы учебного занятия.  | 3 | Познакомитьобучающихсяс целями, задачами и основными видами деятельности на учебном занятии. Мотивация обучающихся. | Приветствуют обучающихся, проверяют их готовность к занятию. Объясняет цели и задачи учебного занятия,мотивирует обучающихся, перечисляет формы работы на учебном занятии. | Подготовка рабочего места. Слушают преподавателя, задают вопросы.  | Фронтальная |
| 2 | Актуализация знаний обучающихся.  | 10 | Подготовить обучающихся к защите курсовой работы. Мотивировать на активное усвоение нового материала. | Предлагает обучающимся выбирать из числа студентов группы председателя и членов государственной экзаменационной комиссии. При отсутствии желающих, состав комиссии назначается преподавателем | Обучающиеся выбирают из числа студентов группы председателя и членов государственной экзаменационной комиссии. | Фронтальная |
| 3 | **II.Основная часть:**Выполнение профессиональных задач: Защита курсовой работы | 60 | Проверить уровень сформированности профессиональных компетенций. | При необходимости направляет и корректируют знания обучающихся.  | Выступают с докладами по защите курсовых работ. Члены комиссии задают выступающим вопросы по темам курсовых работ. | Фронтальная |
| 4 | Закрепление материала по изучаемой теме. | 22 | Принятие решения о выставлении оценок, выступавшим студентам | Комментируют результаты. Выступление группы экспертов. | Представляют полученные результаты с учетом профессиональных компетенций | Фронтальная |
| 5 | Рефлексия | 3 | Самоанализ работы на занятии. | Соотнесение поставленных задач с достигнутым результатом. | Оценка своей работы на учебном занятии. | Индивидуальная |
| 6 | **III.Подведение итогов занятия:**-ответы на вопросы обучающихся;- итоги учебного занятия. | 2 | Анализ работы обучающихся на занятии. |  |  | Групповая |

**Учебно-методическое обеспечение:**

1. литература
2. Барышев А.Ф.Маркетинг: учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования – 10 –е издание, исправлено – М: Издательский центр «Академия»; 2013 год. – 224 стр.
3. Дашкова Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе.-М.: ИТК «Дашков и К», 2010.
4. Зайцева Н.А. Менеджмент в сфере услуг: туризм и гостиничное дело (1-е изд.) учеб. пособие – Москва «Академия», 2013, 288 с.
5. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме (1-е изд.) учебник - Москва «Академия»,2010.- 304 с.
6. Виноградова Т.В. Технологии продаж турпродукта (2-е изд., стер.) учебник - Москва «Академия», 2014.- 240 с.
7. Христофорова И.В. Маркетинг в туристской индустрии / Под ред. Христофоровой И.В. (1-е изд.) учеб. Пособие - Москва «Академия», 2012.- 208 с.
8. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг (2-е изд., испр.) учеб. Пособие.- Москва «Академия», 2011.- 224 с.
9. Арбузова Н.Ю. Технология и организация гостиничных услуг (4-е изд., испр.) учеб. пособие -Москва «Академия», 2014.- 224 с.
10. Баумгартен Л.В. Стандартизация и контроль качества гостиничных услуг (1-е изд.) учебник Москва «Академия», 2013.- 288 с.
11. Корнеев Н.В. Технологии гостиничной деятельности (1-е изд.) учебник Москва «Академия», 2015.- 288 с.

2) дидактические материалы: методическая разработка к комбинированному занятию

3) средства ИКТ - презентации

**Технические средства обучения:** мультимедийное оборудование, ПК, проектор.

Студенты представляют к защите курсовые работы в манере защиты выпускных квалификационных работ.

От обучающихся требуется в рамках развития ПК 4.1. Выявлять спрос на гостиничные услуги, ПК 4.2. Формировать спрос и стимулировать сбыт, представить свое видение пакета услуг, приуроченного к празднику «День святого Валентина» и обосновать его адекватность по отношению для конкретных гостиниц города Москвы. Презентации сопровождаются рассказом авторов

**Критерии оценки защиты курсовой работы**

Защита состоит из доклада студента по теме курсовой работы в течение 5-7 минут с использованием презентации и ответов на вопросы преподавателя. Студент должен: логично построить сообщение о выполненной работе, обосновать выводы и предложения; показать понимание теоретических положений, на основе которых выполнена работа; показать самостоятельность выполнения работы; дать правильные ответы на вопросы.

Решение об оценке курсовой работы принимается по результатам анализа предъявленной курсовой работы, доклада студента на защите и его ответов на вопросы.

Курсовая работа оценивается дифференцированной отметкой: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценку «отлично» получают работы, в которых содержатся элементы научного творчества, делаются самостоятельные выводы, дается аргументированная критика и самостоятельный анализ фактического материала на основе глубоких знаний специальной литературы по данной теме.

Оценка «хорошо» ставится тогда, когда в работе, выполненной на достаточном теоретическом уровне, полно и всесторонне освещаются вопросы темы, но нет должной степени творчества.

- Оценку «удовлетворительно» имеют работы, в которых правильно освещены основные вопросы темы, но не проявилось умение логически стройного их изложения, самостоятельного анализа источников, содержатся отдельные ошибочные положения.

- Оценку «неудовлетворительно» студенты получают в случае, когда не могут ответить на замечания руководителя, не владеют материалом работы, не в состоянии дать объяснения выводам и теоретическим положениям данной проблемы.