

государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Волгоградский энергетический колледж»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ОП. 02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**  
*Специальность 43.02.14 Гостиничное дело*

2022г.

РАССМОТРЕНА  
на заседании МЦК УГС 38.00.00 Экономика и  
управление, 43.00.00 Сервис и туризм

наименование методической цикловой комиссии

Протокол № 5  
от 28 февраля 2022 г.

СОГЛАСОВАНО  
Педагогическим советом ГБПОУ «ВЭК»  
Протокол № 3  
от 24 марта 2022 г.

УТВЕРЖДЕНО  
приказом директора ГБПОУ «ВЭК»  
№85 от 26 мая 2022 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта СПО по специальности **43.02.14 Гостиничное дело** базовой подготовки, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № **1552 от 09 декабря 2016 г.** (зарегистрировано в Минюсте России 26 декабря 2016 г. № 44974).

Организация-разработчик: государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Волгоградский энергетический колледж»

Разработчик: Завгороднева Елена Сергеевна, преподаватель ГБПОУ «ВЭК»

Эксперты:

Молоткова Л.Ф., заведующая отделением УГС 38.00.00 Экономика и управление, 43.00.00 Сервис и туризм ГБПОУ «ВЭК»

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>стр. 4</b>
<b>2. СТРУКТУРА РАБОЧЕЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>7</b>
<b>3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ</b>	<b>11</b>
<b>4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ</b>	<b>12</b>

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

## 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ» является обязательной частью общепрофессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС 43.02.14 Гостиничное дело.

Учебная дисциплина «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ» наряду с учебными дисциплинами общепрофессионального цикла обеспечивает формирование общих и профессиональных компетенций по всем видам деятельности ФГОС по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК :

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 языках.

ОК 11. Планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ПК 4.1 ПК 4.2 ПК 4.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03 ОК 04 ОК05 ОК 06 ОК 07 ОК08 ОК 09 ОК 10 ОК 11	<p>выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</p> <p>проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;</p> <p>организовывать рекламные компании;</p> <p>применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;</p> <p>оценивать конкурентоспособность продукции и предприятия;</p>	<p>структуру маркетинговой деятельности;</p> <p>Комплекс маркетинга в индустрии гостеприимства;</p> <p>принципы, объекты, средства и методы маркетинговой деятельности;</p> <p>маркетинговую окружающую среду;</p> <p>виды конкуренции,</p> <p>конкурентоспособность организации;</p> <p>Маркетинговую сбытовую стратегию предприятия гостеприимства.</p>

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися достигаются личностные результаты

Код личностных результатов реализации программы воспитания	Личностные результаты выпускника, освоившего программу учебной дисциплины «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности</b>	
ЛР 13	Соблюдающий принципы профессиональной этики сотрудников гостиничного сервиса и туризма: ответственности, объективности, честности, независимости, противодействия коррупции и нечестной конкуренции, уважения к людям, поддерживающий ценности гостеприимства, дружелюбия и порядочности.
ЛР14	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: продвигающий услуги гостиничного предприятия, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей, умеющий принимать решение в условиях риска и неопределенности, ведущий здоровый образ жизни для формирования привлекательного профессионального образа сотрудника.
ЛР15	Открытый к текущим и перспективным изменениям в индустрии гостеприимства и туризма.
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации</b>	
ЛР16	Осознающий культурно-историческое наследие Волгоградской области, готовый его сохранять, поддерживать и развивать для формирования положительного имиджа региона.
ЛР17	Готовый активно участвовать в развитии сферы гостеприимства и туризма Волгоградской области.
ЛР 18	Проявляющий стремление к переобучению, непрерывному образованию, к инновациям. Способный генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики.
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями</b>	
ЛР 19	Креативно мыслящий, готовый разрабатывать новые виды продукта в сфере туризма и сервиса.
ЛР20	Способный анализировать производственную ситуацию и быстро принимать решения, проявляющий уважение к труду сотрудников своей организации и контрагентов.
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса</b>	
ЛР21	Демонстрирующий трудовую мотивацию к основным принципам выбранной специальности, традициям и ценностям профессионального сообщества.
ЛР22	Владеющий навыками самостоятельной информационно-познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности; способный и готовый к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически ее оценивать и интерпретировать.
ЛР 23	Умеющий самостоятельно определять цели деятельности и составлять планы деятельности; самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать деятельность; использующий все возможные ресурсы для достижения поставленных целей и реализации планов деятельности; способный выбирать

	успешные стратегии в различных ситуациях.
<b>ЛР 24</b>	Участвующий в реализации просветительских программ и работе молодежных объединений.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Объем образовательной программы</b>	<b>93</b>
в том числе:	
теоретическое обучение	34
лабораторные работы	
практические занятия	44
курсовая работа (проект) (если предусмотрено)	
консультации	5
контрольная работа	
<i>Самостоятельная работа</i>	4
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>6</b>

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины «ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	5
	<b>Введение. Повторение. Подготовка к освоению учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг»</b>	2	
<b>Тема 1.</b> Сущность, содержание, основные понятия маркетинга. Маркетинг гостеприимства	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>3</b>	ОК 01-ОК 05, ОК 7.8,9ПК 4.1 ПК 4.2, ПК 4.3 ЛР 13,14,19,20,21
	1.Определения маркетинга. Исходные идеи маркетинга. Принципы маркетинга. Целевая ориентация и комплексность маркетинга. Функции и цели маркетинга. Введение в маркетинг услуг гостеприимства. Концепции гостиничного маркетинга	2	
	Самостоятельная работа обучающихся: Выполнение сообщения на тему: «Состояние и перспективы развития рынка гостиничных услуг», «История возникновения и основные этапы развития маркетинга».	1	
<b>Тема 2</b> Реализация маркетинговых возможностей и разработка маркетинговых стратегий в индустрии гостеприимства	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>19</b>	ОК 01-ОК 05, ОК 7-9 ПК 4.1 ПК 4.2, ПК 4.3 ЛР 13,14,19,20,21
	1.Маркетинговая среда гостиничного предприятия	2	
	2.Маркетинговые информационные исследования их роль в формировании информационной базы предприятий гостиничного сервиса. Характеристика основных этапов процесса проведения маркетинговых исследований	2	
	3.Потребительский рынок и покупательское поведение. Сегментация рынка , критерия и признаки сегментации	2	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>12</b>	
	Практическое занятие № 1-2 Анализ окружающей среды маркетинга	4	
	Практическое занятие № 3-4 Маркетинговые исследования	4	
	Практическое занятие № 5-6 «Сегментирование рынка услуг»	4	
Составление схемы основных факторов внешней среды гостиницы Волгоград	1		
<b>Тема 3</b> Основные этапы процесса	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 01-ОК 05, ОК 7-9 ПК 4.1
	1.Ситуационный анализ как основа маркетингового планирования. SWOT-анализ и PEST-АНАЛИЗ	2	



управления маркетингом в гостиничном бизнесе	2.Разработка маркетинговых стратегий на основе матрицы «продукт-рынок» и матрицы Бостонской консультационной группы	2	ПК 4.2, ПК 4.3 ЛР 13,14,19,20,21
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие № 7-8 «Определение параметров конкурентоспособности гостиничного предприятия»	4	
<b>Тема 4</b> Гостиничный продукт и формирование продуктовой стратегии гостиничного предприятия	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>	ОК 01-ОК 05, ОК 7-9 ПК 4.1 ПК 4.2, ПК 4.3 ЛР 13,14,19,20,21
	1.Гостиничный продукт- характерные особенности, его структура. Разработка гостиничного продукта на основе многоуровневого маркетингового подхода	2	
	2.Концепция жизненного цикла товаров, продуктов.	2	
	3.Позиционирование гостиничных продуктов и услуг	2	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
Практическое занятие № 9-10 Разработка гостиничного продукта в соответствии с запросами потребителей	4		
<b>Тема 5</b> Ценообразование в гостиничном маркетинге	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ОК 01-ОК 05, ОК 7-9 ПК 4.1 ПК 4.2, ПК 4.3 ЛР 13,14,19,20,21
	1.Цена как элемент комплекса маркетинга гостиничного предприятия . Виды цен в маркетинге.	2	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
Практическое занятие № 11-12 «Анализ и формирование спроса на гостиничные услуги»	4		
<b>Тема 6</b> Политика распределения и стратегии сбыта гостиничных предприятий	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>	ОК 01-ОК 05, ОК 7-9 ПК 4.1 ПК 4.2, ПК 4.3 ЛР 13,14,19,20,21
	1.Основные понятия системы товаропродвижения. Каналы сбыта . Прямые и агентские продажи. Разработка сбытовой стратегии гостиничного предприятия	2	
	2.Стимулирование продаж гостиничных продуктов. Применение инструментов интернет-маркетинга в системе распределения и продвижения гостиничного предприятия	2	
	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>4</b>	
Практическое занятие № 13-14 Разработка сбытовой стратегии гостиницы	4		
<b>Тема 7.</b> Система маркетинговых коммуникаций и стратегии	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>20</b>	ОК 01-ОК 05, ОК 7-9 ПК 4.1 ПК 4.2, ПК 4.3 ЛР 13,14,19,20,21
	1.Понятие маркетинговых коммуникаций и особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Реклама в индустрии гостеприимства — роль, значение и виды	2	
	2.Методика разработки рекламной программы гостиничного предприятия	2	
	3.Фирменный стиль гостиничного предприятия и особенности его разработки. Сайт гостиничного предприятия как элемент продвижения гостиничных продуктов и услуг. Особенности разработки и проектирования структуры, содержания и дизайна сайта	2	

	<b>В том числе, практических занятий</b>	<b>12</b>	
	Практическое занятие № 15-16 «Разработка элементов фирменного стиля гостиничного предприятия»	4	
	Практическое занятие № 17-18 «Составление рекламного обращения гостиничного предприятия»	4	
	Практическое занятие № 19-20 «Разработка программы повышения качества обслуживания в гостинице. Составление плана и статей о деятельности гостиничного предприятия при проведении рекламной кампании»	4	
	Самостоятельная работа обучающихся: Разработать материалы и провести маркетинговые исследования в гостинице, отеле методом анкетирования. Разработать материалы и провести маркетинговые исследования в гостинице, отеле методом опроса	2	
<b>Тема 8.</b> Практика международного маркетинга в гостиничном бизнесе.	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>	ОК 01-ОК 05, ОК 7-9,10,11 ПК 4.1 ПК 4.2, ПК 4.3 ЛР 13,14,19,20,21
	1.Основные понятия и характеристика международного маркетинга в сфере гостиничного бизнеса.	2	
	<b>В том числе, практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>	
	Практическое занятие № 21-22 «Практика международного маркетинга в гостиничного бизнеса»	4	
<b>Консультации по темам:</b> «Система маркетинговых коммуникаций и стратегии», «Практика международного маркетинга в гостиничном бизнесе»		<b>5</b>	
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>6</b>	
<b>Всего:</b>		<b>93</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

\*-самостоятельное изучение темы

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет «Технических средств обучения», оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: рабочий стол преподавателя, методические указания для выполнения практических работ, комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения: компьютер, принтер, экран, мультимедийный проектор, программное обеспечение общего и профессионального назначения.

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе

##### **3.2.1. Печатные издания<sup>1</sup>**

1. Барышев, А.Ф. Маркетинг [Текст]: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования / А.Ф. Барышев. - 14-е изд. - М.: «Академия», 2018. - 224 с.

2. Баумгартен Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Текст]: Учебник. М.: Юрайт, 2019.

##### **3.2.2. Электронные ресурсы**

1. Семенова Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров / Семенова Л.В., Корнеевец С.В., Драгилова И.И. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 205 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75217.html>. — ЭБС «IPRbooks» Дата обращения: 20.08.2021

##### **3.2.3. Дополнительные источники**

1. Котлер Ф., Боуэн Д. Маркетинг: Гостеприимство, туризм [Текст]: 4-е издание. Зарубежный учебник для вузов. М.: ЮНИТИ, 2018.

---

<sup>1</sup> За образовательной организацией сохраняется право выбора учебных изданий из приведенного списка

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Входной контроль знаний и умений, сформированных в ходе получения среднего общего образования, осуществляется в форме письменной проверочной работы на проверку знаний с учетом их дальнейшего применения при формировании общих и профессиональных компетенций в рамках учебной дисциплины «Основы маркетинга гостиничных услуг»

Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</b>		
структуру маркетинговой деятельности;	Четкость понимания методов управления маркетинговой деятельности, службы маркетинга и продаж гостиничной индустрии	Устный опрос
Комплекс маркетинга в индустрии гостеприимства	Называть основные подходы гостиничных предприятий к маркетингу-«четыре Пи», «Семь Пи», «Девять Пи»	Устный опрос, компьютерное тестирование
принципы, объекты, средства и методы маркетинговой деятельности;	Раскрывать основные виды стратегий маркетинга	Устный опрос
маркетинговую окружающую среду;	Описывать факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	Тестирование по теме
виды конкуренции, конкурентоспособность организации;	Описывать основные понятия конкурентоспособности гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Определять факторы и виды конкуренции, критерии оценки. Объяснять взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	Устный опрос
Маркетинговую сбытовую стратегию предприятия гостеприимства	Четкость понимания формирования сбытовой стратегии гостиничного предприятия	Устный опрос Тестирование по теме
<b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины</b>		
выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	-точность определения маркетинга видам спроса;	Наблюдение и оценка выполнения практических работ

	-правильность определения необходимых средств стимулирования сбыта в соответствии со сбытовой политикой предприятия;	
проводить маркетинговые исследования, анализировать их результаты и принимать маркетинговые решения;	-соответствие выбранных методов проведения маркетинговых исследований их целям и задачам	Наблюдение и оценка выполнения практических работ
организовывать рекламные компании;	-эффективность и результативность применения маркетинговых коммуникаций	Наблюдение и оценка выполнения практических работ
применять методы формирования спроса и стимулирования сбыта;	аргументированность организации сбытовой политики предприятия в соответствии с должностными инструкциями;	Наблюдение и оценка выполнения практических работ
оценивать конкурентоспособность продукции и предприятия;	-правильность оценки конкурентоспособности в соответствии с правилами, определенными в нормативных актах	Наблюдение и оценка выполнения практических работ

#### 4.1 Критерии личностных результатов выпускника

Код личностных результатов реализации программы воспитания	Личностные результаты	Критерии, отражающие достижение ЛР
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности		

<p><b>ЛР 13</b></p>	<p>Соблюдающий принципы профессиональной этики сотрудников гостиничного сервиса и туризма: ответственности, объективности, честности, независимости, противодействия коррупции и нечестной конкуренции, уважения к людям, поддерживающий ценности гостеприимства, дружелюбия и порядочности.</p>	<p>-Соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, мастерами и руководителями практики; -Оценка собственного продвижения, личностного развития;</p>
<p><b>ЛР 14</b></p>	<p>Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: продвигающий услуги гостиничного предприятия, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей, умеющий принимать решение в условиях риска и неопределенности, ведущий здоровый образ жизни для формирования привлекательного профессионального образа сотрудника.</p>	<p>- Демонстрация интереса к будущей профессии; -Проявление высокопрофессиональной трудовой активности; -Демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа; -Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; -Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях; -Демонстрация навыков здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся;</p>
<p><b>ЛР 15</b></p>	<p>Открытый к текущим и перспективным изменениям в индустрии гостеприимства и туризма.</p>	<p>-Демонстрация интереса к будущей профессии; -Проявление высокопрофессиональной трудовой активности; -Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях; оценка собственного продвижения, личностного развития</p>
<p align="center"><b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации</b></p>		

<p><b>ЛР 16</b></p>	<p>Осознающий культурно-историческое наследие Волгоградской области, готовый его сохранять, поддерживать и развивать для формирования положительного имиджа региона.</p>	<p>-Проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества; -Участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических, военно-исторических, краеведческих отрядах и молодежных объединениях</p>
<p><b>ЛР 17</b></p>	<p>Готовый активно участвовать в развитии сферы гостеприимства и туризма Волгоградской области.</p>	<p>-Демонстрация интереса к будущей профессии; -Проявление высокопрофессиональной трудовой активности; -Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</p>
<p><b>ЛР 18</b></p>	<p>Проявляющий стремление к переобучению, непрерывному образованию, к инновациям. Способный генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики.</p>	<p>-Демонстрация интереса к будущей профессии; -Оценка собственного продвижения, личностного развития; -Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; -Ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности; -Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях; -Демонстрация приобретенных предпринимательских компетенций при приобретении необходимых предпринимательских компетенций.</p>
<p>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями</p>		
<p><b>ЛР 19</b></p>	<p>Креативно мыслящий, готовый разрабатывать новые виды продукта в сфере туризма и сервиса.</p>	<p>-Демонстрация интереса к будущей профессии; -Оценка собственного продвижения, личностного развития; -Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; -Ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности; -Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</p>

<p><b>ЛР 20</b></p>	<p>Способный анализировать производственную ситуацию и быстро принимать решения, проявляющий уважение к труду сотрудников своей организации и контрагентов.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Демонстрация интереса к будущей профессии;</li> <li>-Оценка собственного продвижения, личностного развития;</li> <li>-Конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде;</li> <li>-Соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, руководителями практики.</li> </ul>
<p>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса</p>		
<p><b>ЛР21</b></p>	<p>Демонстрирующий трудовую мотивацию к основным принципам выбранной специальности, традициям и ценностям профессионального сообщества.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Демонстрация интереса к будущей профессии;</li> <li>-Оценка собственного продвижения, личностного развития;</li> <li>-Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;</li> <li>-Ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;</li> <li>-Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</li> </ul>
<p><b>ЛР22</b></p>	<p>Владеющий навыками самостоятельной информационно-познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности; способный и готовый к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически ее оценивать и интерпретировать.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;</li> <li>-Участие в исследовательской и проектной работе;</li> <li>-Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</li> </ul>



<p><b>ЛР 23</b></p>	<p>Умеющий самостоятельно определять цели деятельности и составлять планы деятельности; самостоятельно осуществлять, контролировать и корректировать деятельность; использующий все возможные ресурсы для достижения поставленных целей и реализации планов деятельности; способный выбирать успешные стратегии в различных ситуациях.</p>	<p>-Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;          -Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;</p>
<p><b>ЛР 24</b></p>	<p>Участвующий в реализации просветительских программ и работе молодежных объединений.</p>	<p>-Оценка собственного продвижения, личностного развития;          -Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов;          -Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях; проявление высокопрофессиональной трудовой активности;          -Демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа</p>