

Бюджетное учреждение профессионального образования
Ханты-Мансийского автономного округа – Югры
«Белоярский политехнический колледж»

Рассмотрено на заседании МО
Протокол № 3 от «10» марта 2026 г.



Утверждено
Л.В. Гапончикова
Приказ от 20.04.2026 №93

**Рабочая программа
по учебной дисциплине
ОП.09 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА И ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

программы подготовки специалистов среднего звена
к ОПОП по специальности
43.02.16 Туризм и гостеприимство

Белоярский, 2026

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного Приказом Министерством образования и науки Российской Федерации от 12.12.2022 № 1100, зарегистрированного в Минюсте РФ 23.01.2023 рег. № 72111.

Организация-разработчик: БУ «Белоярский политехнический колледж»

Разработчик:

Пестрякова Анастасия Романовна, методист

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	12
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ..	12

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.09 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по программе подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО, входящей в состав укрупнённой группы специальностей 43.00.00 «Сервис и туризм», по направлению подготовки 43.02.16 «Туризм и гостеприимство».

Программа учебной дисциплины может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и профессиональной переподготовки).

1.2. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Реализация программы способствует формированию у обучающихся общих, профессиональных компетенций, личностных результатов:

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках;

ПК 1.1. Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.

ПК 1.2. Организовывать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.

ПК 1.3. Координировать и контролировать деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.

ПК 1.4. Осуществлять расчеты с потребителями за предоставленные услуги.

ПК 2.1. Организовывать и осуществлять прием и размещение гостей.

ПК 2.3. Организовывать и осуществлять бронирование и продажу гостиничных услуг.

ЛР 3 Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся

в ней.

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию в течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 6 Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации.

ЛР 7 Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения. Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение

ЛР 9 Сознательный ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных склонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде.

ЛР 12 Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания

ЛР 14 Проявляющий уважительное отношение к традициям, бережному сохранению и преумножению славной истории колледжа

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **уметь:**

У1. Планировать и прогнозировать продажи;

У2. Осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; У3. Выделять целевой сегмент клиентской базы;

У4. Собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка; У5. Ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля; У6. Разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;

У7. Выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;

У8. Проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.

У9. Оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;

У10. Определять эффективность мероприятий по стимулированию сбыта гостиничного продукта;

У11. Разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен **знать**:

31. Рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;

32. Виды каналов сбыта гостиничного продукта;

33. Способы управления доходами гостиницы;

34. Особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;

35. Особенности работы с различными категориями гостей;

36. Методы управления продажами с учётом сегментации;

37. Способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;

38. Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;

39. Каналы и технологии продаж гостиничного продукта;

310. Ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;

311. Методы максимизации доходов гостиницы;

312. Критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;

313. Виды отчетности по продажам;

314. Нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и документооборот службы бронирования и продаж;

315. Перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;

316. Методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта.

317. Критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж.

1.3. Ведущие педагогические технологии, используемые преподавателем.

В целях формирования общих компетенций при организации образовательного процесса будут использованы современные педагогические технологии: классно-урочные (традиционные), интерактивные технологии, проблемного и развивающего обучения, индивидуализации и дифференциации, проектные и информационные.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем учебной дисциплины (максимальный)	36
в том числе:	
лекции, уроки	20
практические занятия	16
лабораторные занятия	
<i>Самостоятельная работа</i>	–

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины ОП.09 Основы маркетинга гостиничных услуг

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся.	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. Основы маркетинговой деятельности в гостинице.		
Тема 1.1. Цели и задачи маркетинговой деятельности.	Содержание учебного материала: Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: цели, задачи. Функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, структура подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством и другими структурными подразделениями.	1
Тема 1.2. Анализ спроса на услуги гостеприимства.	Практическое занятие: Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства	1
Тема 1.3. Объекты маркетинговой деятельности.	Содержание учебного материала: Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, товар, рынок. Потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые гостиничным предприятием, при различных состояниях спроса.	1
Тема 1.4. Окружающая среда гостиничного предприятия.	Содержание учебного материала: Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреда, факторы, формирующие окружающую среду предприятия.	1
Тема 1.5. Анализ объема продаж гостиничных услуг.	Практическое занятие: Изучение и анализ зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды.	1
Раздел 2. Рынок гостиничных услуг.		
Тема 2.1. Рыночные концепции маркетинга.	Содержание учебного материала: Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, стратегический маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг.	1
Тема 2.2. Конъюнктура рынка.	Содержание учебного материала: Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности. и перспектив развития рынка гостиничных услуг.	1
Тема 2.3. Сегментация рынка гостиничных услуг.	Содержание учебного материала: Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки и критерии сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для предприятия гостиничного хозяйства.	

Тема 2.4. Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.	Содержание учебного материала: Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг.	1
Тема 2.5. Стратегии охвата целевого рынка.	Содержание учебного материала: Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг.	
Тема 2.6. Решение ситуационных задач.	Практическое занятие: Решение ситуационных задач, кейсов. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостеприимства».	1
Раздел 3. Составляющие комплекса маркетинга.		
Тема 3.1. Понятия комплекса маркетинга.	Содержание учебного материала: Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, каналы сбыта, продвижение (4P, 5P, 7P).	1
Тема 3.2. Гостиничный продукт.	Содержание учебного материала: Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл гостиничного продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта, товарный ассортимент, товарная номенклатура. Дополнительные услуги и их влияние на формирование потребительской ценности гостиничного продукта.	1
Тема 3.3. Определение жизненного цикла гостиничного продукта.	Практическое занятие: Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и способов его продления.	1
Тема 3.4. Ценовая политика.	Содержание учебного материала: Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность цены. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии. Особенности ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов и тарифной политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.	1
Тема 3.5. Организация товародвижения.	Содержание учебного материала: Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничных услуг. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от составляющих их уровней. Типы посредников. Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС): понятие, его составные части и средства.	1
Тема 3.6. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта.	Практическое занятие: Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов.	1
Раздел 4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия.		

Тема 4.1. Цели и средства маркетинговых коммуникаций.	Содержание учебного материала: Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств продвижения: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии (Интернет, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).	1
Тема 4.2. Анализ средств коммуникационной политики.	Практическое занятие: Анализ средств коммуникационной политики.	1
Тема 4.3. Реклама гостиничных предприятий	Содержание учебного материала: Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции, виды. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы предприятиями гостиничного хозяйства. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Выбор видов и носителей рекламы. Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.	1
Тема 4.4. Стимулирование сбыта.	Содержание учебного материала: Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение. Оценка эффективности средств стимулирования. Организация стимулирования продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.	1
Тема 4.5. PR - «Паблик рилейшнз».	Содержание учебного материала: PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Фирменный стиль гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.	1
Тема 4.6. Формирование рекламных материалов.	Практическое занятие: Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.	1
Тема 4.7. Разработка рекламного обращения.	Практическое занятие: Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, товарного знака, торговой марки.	1
Раздел 5. Методологические основы маркетинговых исследований.		
Тема 5.1. Маркетинговые исследования.	Содержание учебного материала: Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий сферы гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.	1
Тема 5.2. Информация в маркетинговых исследованиях.	Содержание учебного материала: Основные принципы организации маркетингового исследования. Этапы исследования. Виды информации. Источники сбора информации.	1
Тема 5.3. Анализа информации в сети Интернет.	Практическое занятие: Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в сети Интернет.	1
Тема 5.4. Полевые и кабинетные исследования. Опрос.	Содержание учебного материала: Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Классификация опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения.	1
Тема 5.5. Методы проведения опроса.	Содержание учебного материала: Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования.	1

Тема 5.6. Анкета форма сбора маркетинговой информации.	Содержание учебного материала: Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и составные части анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления анкет. Виды вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме содержания и представления.	1
Тема 5.7. Составление анкет.	Практическое занятие: Отработка навыков составления анкет.	1
Тема 5.8. Исследование потребителей услуг гостеприимства.	Практическое задание: Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика организованных покупателей на рынке услуг.	1
Тема 5.9. Анализ потребителей услуг гостеприимства.	Практическое занятие: Анализ потребителей услуг гостеприимства в г. Ханты-Мансийске.	1
Раздел 6. Конкурентоспособность гостиничного предприятия		
Тема 6.1. Понятие и виды конкуренции.	Содержание учебного материала: Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной услуги. Виды конкуренции на рынке гостиничных услуг.	1
Тема 6.2. Конкурентные стратегии гостиничного предприятия.	Содержание учебного материала: Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки и методы анализа конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Взаимосвязь конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.	1
Тема 6.3. Оценка конкурентоспособности гостиничного предприятия.	Практическое занятие: Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и разработка мероприятий по ее повышению.	2
Тема 6.4. Дифференцированный зачет.	Практическое занятие: <i>Дифференцированный зачет. Комплексная проверка знаний и умений по дисциплине.</i>	2
Всего:		36

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины требует наличия учебного кабинета Основы маркетинга.

Оборудование учебного кабинета:

Оборудование учебного кабинета:

Посадочные места по количеству обучающихся; Рабочее место преподавателя;

Доска школьная;

Шкафы (стеллажи) для хранения документов, справочной литературы, учебно-программных документов, документов по технике безопасности, материалов для текущей и промежуточной аттестации, и справочной литературы;

Калькуляторы по количеству обучающихся;

Комплект учебно-наглядных пособий: плакаты, методические рекомендации, схемы, таблицы, компьютерные презентации учебного материала, кейс-технологии.

Технические средства обучения:

Компьютер с лицензионным программным обеспечением; Мультимедиапроектор;

Экран проекционный.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Электронные ресурсы

1. Поведение потребителей: Учебник / Под общ. ред. О.Н. Романенковой. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 320 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://znanium.com>]
2. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
3. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
4. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
5. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
6. <http://www.aup.ru/library/> - Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе».
7. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
8. <http://www.marketingandresearch.ru/-журнал>
9. <http://www.friro.ru> Федерация Рестораторов и Отельеров России.
10. http://sbiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx
11. <http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiya-po-reklame-internet-marke.html> (электронные учебники).
12. <http://studentam.net/content/view/515/58/> (электронные учебники).
13. www.hospitality.ru
14. http://piter-press.ru/thehttp://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie_menegement.html
15. www.marketologi.ru (сайт гильдии маркетологов).
16. www.btlregion.ru (всё о BTL).
17. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК).
18. www.gks.ru (Гос. служба статистики).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения студентами индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
Планировать и прогнозировать продажи; Осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг; Выделять целевой сегмент клиентской базы; Собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;	Оценка процесса Оценка результатов Экспертная оценка выполнения ситуационных задач Оценка результатов выполнения практической работы
Ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;	аудиторные занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
Разрабатывать мероприятия по повышению лояльности гостей;	
Выявлять конкурентоспособность гостиничного продукта и разрабатывать мероприятия по ее повышению;	
Проводить обучение, персонала службы бронирования и продаж приемам эффективных продаж.	
Оценивать эффективность работы службы бронирования и продаж;	
Определять эффективность мероприятий по стимулированию гостиничного продукта;	
Разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта.	
Знания:	
Рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;	
Виды каналов сбыта гостиничного продукта;	
Способы управления доходами гостиницы;	
Особенности спроса и предложения в гостиничном бизнесе;	
Особенности работы с различными категориями гостей;	
Методы управления продажами с учётом сегментации;	
Способы позиционирования гостиницы и выделения ее конкурентных преимуществ;	
Особенности продаж номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы;	Тестирование
Каналы и технологии продаж гостиничного продукта;	Устный опрос аудиторные занятия, внеаудиторная самостоятельная работа
Ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;	
Методы максимизации доходов гостиницы;	
Критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;	
Виды отчетности по продажам;	
Нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и	

документооборот службы бронирования и продаж;
Перечень ресурсов необходимых для работы службы бронирования и продаж, требования к их формированию;
Методику проведения тренингов для персонала занятого продажами гостиничного продукта.
Критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников и службы бронирования и продаж.

Результаты обучения	Основные показатели контроля результата	Формы и методы контроля
<p>ЛР 3 Демонстрирующий приверженность традиционным духовно-нравственным ценностям, культуре народов России, принципам честности, порядочности, открытости. Действующий и оценивающий свое поведение и поступки, поведение и поступки других людей с позиций традиционных российских духовно-нравственных, социокультурных ценностей и норм с учетом осознания последствий поступков. Готовый к деловому взаимодействию и неформальному общению с представителями разных народов, национальностей, вероисповеданий, отличающий их от участников групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие социально опасного поведения окружающих и предупреждающий его. Проявляющий уважение к людям старшего поколения, готовность к участию в социальной поддержке нуждающихся в ней.</p>	<p><i>Участие в мероприятии</i></p>	<p><i>Педагогическое наблюдение</i></p>
<p>ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию в течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых</p>	<p><i>Участие в мероприятии</i></p>	<p><i>Педагогическое наблюдение</i></p>

<p>отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде личностно и профессионального конструктивного «цифрового следа».</p>		
<p>ЛР 6 Ориентированный на профессиональные достижения, деятельно выражающий познавательные интересы с учетом своих способностей, образовательного и профессионального маршрута, выбранной квалификации.</p>	<p><i>Участие в мероприятии</i></p>	<p><i>Педагогическое наблюдение</i></p>
<p>ЛР 7 Осознающий и деятельно выражающий приоритетную ценность каждой человеческой жизни, уважающий достоинство личности каждого человека, собственную и чужую уникальность, свободу мировоззренческого выбора, самоопределения. Проявляющий бережливое и чуткое отношение к религиозной принадлежности каждого человека, предупредительный в отношении выражения прав и законных интересов других людей</p>	<p><i>Участие в мероприятии</i></p>	<p><i>Педагогическое наблюдение</i></p>
<p>ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение законных интересов и прав представителей различных этнокультурных, социальных, конфессиональных групп в российском обществе; национального достоинства, религиозных убеждений с учётом соблюдения необходимости обеспечения конституционных прав и свобод граждан. Понимающий и деятельно выражающий ценность межрелигиозного и межнационального согласия людей, граждан, народов в России. Выражающий сопричастность к преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства, включенный в общественные инициативы, направленные на их сохранение</p>	<p><i>Участие в мероприятии</i></p>	<p><i>Педагогическое наблюдение</i></p>
<p>ЛР 9 Сознательный ценность жизни, здоровья и безопасности. Соблюдающий и пропагандирующий здоровый образ жизни (здоровое питание, соблюдение гигиены, режим занятий и отдыха, физическая активность), демонстрирующий стремление к</p>	<p><i>Участие в мероприятии</i></p>	<p><i>Педагогическое наблюдение</i></p>

<p>физическому совершенствованию. Проявляющий сознательное и обоснованное неприятие вредных привычек и опасных склонностей (курение, употребление алкоголя, наркотиков, психоактивных веществ, азартных игр, любых форм зависимостей), деструктивного поведения в обществе, в том числе в цифровой среде</p>		
<p>ЛР 12 Принимающий российские традиционные семейные ценности. Ориентированный на создание устойчивой многодетной семьи, понимание брака как союза мужчины и женщины для создания семьи, рождения и воспитания детей, неприятия насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания</p>	<p><i>Участие в мероприятии</i></p>	<p><i>Педагогическое наблюдение</i></p>
<p>ЛР 14 Проявляющий уважительное отношение к традициям, бережному сохранению и преумножению славной истории колледжа</p>	<p><i>Участие в мероприятии</i></p>	<p><i>Педагогическое наблюдение</i></p>