

Pearson BTEC Узбекистан Уровень 3 Квалификации в
сфере

ГОСТЕПРИИМСТВА

Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве

Учебно-методический материал

Выпуск 1



Edexcel, BTEC и LCCI квалификации

Квалификации Edexcel, BTEC и LCCI предоставлены компанией Pearson, которая является крупнейшей организацией, присуждающей сертификаты в Великобритании. Компания предлагает академические и профессиональные квалификации, признанные во всем мире и прошедшие сравнительный анализ. Для получения дополнительной информации, пожалуйста, посетите наш сайт квалификаций по адресу qualification.pearson.com. Кроме того, вы можете связаться с нами, используя контактную информацию на нашей странице по адресу [qualification.pearson.com/contact us](http://qualification.pearson.com/contact-us)

О Pearson

Pearson – ведущая в мире образовательная компания, которая насчитывает 35 000 сотрудников в более чем 70 странах, усердно работающих над оказанием помощи людям всех возрастов с целью достижения ощутимого прогресса в своей жизни посредством обучения. Учащийся является центром интересов компании и направленных на него действий, поскольку усовершенствование системы образования влияет на людей в целом. Вы можете узнать больше о том, как мы можем помочь вам и вашим учащимся на сайте qualification.pearson.com

Ссылки на сторонние материалы, сделанные в этом документе, выполнены добросовестно. Мы не подписываемся, не одобряем и не принимаем на себя ответственность за содержание материалов, которые могут быть изменены, или за любые высказанные в них мнения. (Материал может включать учебники, газеты, журналы и другие публикации и веб-сайты.)

Вся информация в этом документе верна на момент публикации.

ISBN 978 1 446 96340 1

Все материалы в этой публикации являются собственностью
© Pearson Education Limited 2019

Содержание

Введение	1
Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве	3
Руководство по обучению	3
Схема работы	9
План урока	29

Введение

Данный ресурсный буклет является дополнением к спецификации ВТЕС Узбекистан Уровень 3 в сфере гостеприимства. Спецификация ознакомит вас с тем, что необходимо учить и оценивать. В этом буклете вы найдете предложения и идеи относительно того, как вы можете это сделать.

Буклет предоставит вам идеи для преподавания и обучения, включая практические уроки, реалистичные сценарии, способы вовлечения работодателей в процесс изучения и управления независимым обучением, а также способы оценивания. Буклет также продемонстрирует, как содержание спецификации может работать на практике, и вдохновит вас задуматься о различных способах повышения квалификации.

Данный ресурсный буклет предоставляет вам:

- руководство о том, как преподавать модули в квалификации
- рекомендуемые ресурсы, которые помогут в изучении модулей в квалификации
- схемы работы, которые объясняют темы, задания и оценки, охватываемые во всех модулях по всей квалификации.
- планы уроков с подробным руководством о том, как проводить уроки по модулям.

Информация в данном ресурсном буклете собрана преподавателями, которые были тесно связаны с разработкой квалификаций, и поэтому они понимают проблемы поиска новых и интересных способов преподавания квалификаций ВТЕС.

В руководстве по обучению, приведенном в этом буклете, содержится информация о том, что необходимо учитывать при планировании предоставления квалификации. В частности, представлены сведения:

- о структуре вашей квалификации
- о том, как вы можете построить квалификацию для своих учащихся
- о предложениях того, как вы можете связаться с соответствующими работодателями
- об информации о других поддержках и доступных ресурсах.

Мы дали вам пошаговое руководство. Оно включает в себя предложения о том, как подходить к учебным целям и содержанию модуля, а также идеи для интересных и разнообразных уроков. Вы также найдете советы и идеи о том, как планировать и выполнять задания.

Мы включили в список тщательно отобранные ресурсы для каждого модуля. Данные списки ресурсов содержат предложенные книги, веб-сайты и видео, которые вы можете посоветовать своим учащимся и / или которые вы можете использовать в качестве дополнения к изучению.

Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве

Руководство по обучению

Ознакомление с модулем

Цель данного модуля – помочь учащимся исследовать роль, которую играет продвижение в успехе предприятия в сфере гостеприимства. Вы должны сосредоточиться на том, чтобы учащиеся хорошо понимали концепции маркетинга и продвижения, а также то, как разрабатывается рекламная кампания. Учащиеся должны иметь возможность интерпретировать и использовать данные, собранные в результате маркетингового исследования для того, чтобы предложить подходящую рекламную кампанию для бизнеса и обосновать, почему кампания будет соответствовать потребностям бизнеса.

Ежедневно потребителей засыпают маркетинговыми сообщениями. Учащиеся должны получить доступ к широкому спектру примеров успешных и менее успешных рекламных акций. Таким образом они узнают, что именно работает, и смогут использовать удачные примеры в качестве вдохновения, когда придут к разработке собственного плана рекламной деятельности.

Вы можете использовать различные способы изучения в данном модуле, такие как:

- обсуждение, например, в классах и малых группах, принципов и целей маркетинга
- самостоятельные или групповые презентации, например, рассказывающие о том, как использовать информацию для разработки рекламных предложений для гостеприимства
- кейсы, иллюстрирующие рекламные кампании известных и малоизвестных предприятий.

Работа в группах является приемлемой формой изучения, но вы должны убедиться, что каждый учащийся самостоятельно выполняет достаточное количество работы для его индивидуального оценивания.

У учащихся должен быть доступ к:

- приглашенному спикеру
- поставщикам практической работы
- бизнес-материалам в качестве образцов
- возможности посещать работодателей и предприятия
- интернету
- содержанию модуля
- брифу ассаймента и рабочей тетради.

Начало модуля

Начало модуля – это отправная точка для представления способа обучения данного модуля. Он основан на рекомендуемом подходе к оценке, приведенном в спецификации.

Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
<p>Введение</p> <p>Данный модуль информирует о важности использования продвижения в сфере гостеприимства в более широкой индустрии путешествий и туризма. В этом разделе учащиеся будут изучать маркетинг, продвижение продукта и комплекс маркетинговых мероприятий. Учащиеся будут изучать и проводить маркетинговые исследования, а также рассмотрят различные виды рекламных мероприятий, используемых в предприятиях сферы гостеприимства. Учащиеся будут применять свои знания для создания собственной рекламы товара или услуги в сфере гостеприимства и оценки потенциального успеха своей работы.</p>
Цель обучения А: Исследовать маркетинговую и рекламную деятельность в сфере гостеприимства
<ul style="list-style-type: none"> • Вы могли бы начать с группового обсуждения различных методов, используемых для маркетинга товаров и услуг. Попросите группу подумать, считают ли они вероятным, что эти методы останутся такими же в ближайшем будущем. • Учащиеся могут поработать в малых группах для того, чтобы дать определение маркетингу, а затем работать как целая группа для объединения и уточнения определения, пока не придут к общему выводу. Простое сопоставление или квиз могут показать, как маркетинг связан с более широкими корпоративными целями. • Развивайте у учащихся навыки критического мышления, разделив группу на пары и попросив каждую пару идентифицировать различные характеристики и целевые сегменты для разных рынков, например, гостиниц, ресторанов. • Попросите учащихся определить спектр предприятий гостеприимства. Затем попросите их обсудить то, что они посчитают организационными целями каждого бизнеса. Попросите их определить, что делает каждая сфера для достижения этих целей. Пусть поработают в малых группах для того, чтобы определить, как маркетинг может помочь бизнесу в достижении их целей. • Приглашенный спикер может рассказать о важности маркетинга и о том, как он использовал его для развития своего бизнеса и достижения своих целей.

Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве

- Изучите 4P (продукт, цена, место продажи, продвижение) с учащимися, а затем выполните упражнение в малой группе, где учащиеся проанализируют и определяют каждую теорию. Обсуждение в классе может быть использовано для предоставления результатов. Учащиеся могут руководствоваться стратегиями 4P, используя примеры и кейс-стади.

Цель обучения А: Исследовать маркетинговую и рекламную деятельность в сфере гостеприимства

- Вы можете начать с группового обсуждения различных методов продвижения товаров и услуг. Можно использовать самостоятельное упражнение по принятию решений по отношению к тому, как разные компании используют разные рекламные мероприятия.
- Упражнение в группах и презентация могут охватывать косвенную рекламную деятельность: каждая группа выбирает свой метод, а затем представляет его классу. Как дополнение к презентации предоставьте обратную связь от сверстников и преподавателей.
- Групповое упражнение и ролевая игра могут быть использованы для освещения прямой рекламной деятельности: каждая группа выбирает свой метод, а затем демонстрирует свою ролевую игру классу. Предоставляется обратная связь от однокурсников и преподавателя. Обзор преимуществ и недостатков прямого маркетинга проходит через групповое обсуждение.
- Можно использовать Упражнение в группах, при котором, используя различные компании для изучения их интернет-маркетинга, учащиеся создадут плакат для представления классу. Затем каждая группа может разработать один из представленных ими методов. Путем группового обсуждения сделайте обзор преимуществ и недостатков онлайн-маркетинга.

Цель обучения В: Узнать, как исследования рынка используются для продвижения товаров и услуг в сфере гостеприимства

- Попросите учащихся обсудить, почему организации проводят исследования рынка. Запишите ответы и составьте окончательный список. Приведите несколько примеров успешных и неудачных запусков продукта и попросите учащихся определить информацию, которая могла отсутствовать в исследованиях рынка продуктов, которые не увенчались успехом.
- Учащиеся могут выполнить PEST анализ по сфере гостеприимства, а затем вернуться в класс и обсудить свои выводы. Завершите упражнение по бизнесу и определите, какие компании продают одни и те же товары/услуги.

Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве

- Ряд кейсов может помочь учащимся попрактиковаться и развить аналитические навыки по определению достоверности данных.
- В классе обсудите, как компании ориентируются на свой рынок и сегментируют своих клиентов. Разделите учащихся на малые группы для того чтобы проанализировать кейсы и попросите их разъяснить выбор рекламных материалов и определить, кто, по их мнению, является целевым рынком.
- Используйте ряд практических и исследовательских задач, чтобы развить навыки, которые понадобятся учащимся для анализа конкурентов и картографирования рынков.

Цель обучения В: Узнать, как исследования рынка помогают для продвижения товаров и услуг в сфере гостеприимства

- Вы можете начать с группового обсуждения и презентации о различных методах исследования рынка. Предоставьте группе описания методов исследования и попросите классифицировать их. Обратитесь ко всему классу, выработав правильную классификацию первичных и вторичных данных.
- Самостоятельно или в малых группах учащиеся могут изучить различные методы исследования. Разбейте учащихся на пары для того чтобы заняться более детальным исследованием выбранного метода и создать мини-исследовательский проект. Запланируйте и создайте опросник для использования и заполнения.

Цель обучения С: Разработать рекламный материал для товара или услуги гостеприимства

- В классе обсудите, как компании ориентируются на свой рынок и сегментируют своих клиентов. Разделите учащихся на малые группы и попросите их проанализировать подборку рекламных материалов и определить, кто, по их мнению, является целевым рынком, также создать топ-10.
- Соберите информацию о ряде товаров и услуг в сфере гостеприимства. Попросите учащихся выбрать рекламные действия, наиболее подходящую для как минимум трех других групп клиентов, и обсудите, почему они эффективны.
- Сбор маркетинговых материалов по гостеприимству, например, в отеле, ресторане или кафе. Попросите учащихся определить цели маркетинговой кампании каждого бизнеса.

Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве

- Учащиеся могут использовать рекламные материалы для сбора информации о выбранных предприятиях сферы гостеприимства и предлагаемых ими товарах и услугах. Попросите их исследовать различные компании, используя интернет и местные рекламные каналы (газеты, каталоги, листовки), отмечая, какие материалы они выбирают. Обсудите в группе, как организации планируют продвижение.
- Заполните рекламный план в небольших группах для выбранного товара или услуги. Установите цели для продвижения, определите подходящие методы и материалы для продвижения, определите целевую группу и определите график и бюджет. Предоставьте обратную связь классу и сделайте заметки о том, как скорректировать план.
- Учащиеся могут разработать и создать две рекламных кампании для товара или услуги, используя рекламный план. Затем они могли бы подготовить краткую презентацию процесса, о котором можно рассказать всему классу. Далее проведите оценку рекламной деятельности групп касательно плана и потребностей бизнеса.

Цель обучения C: Разработать рекламный материал для товара или услуги в сфере гостеприимства

- Используя как первичные, так и вторичные источники, учащиеся могут исследовать ряд рынков для того чтобы получить внутренние или внешние данные по данному предмету, относящиеся к товару или услуге в сфере гостеприимства, которые затем могут быть проанализированы при помощи использования различных инструментов оценки и принятия решений. Например, внутренние записи о продажах могут предоставлять данные, на которых основываются прогнозы на будущее, а внешние журналы или газеты могут предоставлять данные о размере рынка или других внешних факторах, которые могут повлиять на будущий спрос на продукт или услугу в сфере гостеприимства.

Ссылки на другие модули ВТЕС и квалификации

- Модуль 1: Введение в гостеприимство
- Модуль 2: Командная работа в сфере гостеприимства

Pearson не несет ответственности за содержание любых внешних интернет-сайтов. Для преподавателей важно предварительно просмотреть каждый веб-сайт прежде чем использовать его в классе для того, чтобы убедиться, что URL-адрес по-прежнему точен, актуален и уместен. Мы предлагаем преподавателям добавлять полезные веб-сайты в закладки и предоставлять учащимся доступ к ним через интранет школы / колледжа.

Схема работы

Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Учебные часы	60
Количество уроков	20
Длительность уроков	3 часа
Ссылки на другие модули	Модуль 1: Введение в гостеприимство Модуль 2: Командная работа в сфере гостеприимства

Ключи к способу обучения			
ПСР	Письменная самостоятельная работа	ЗМ	Закрепление материала
ПС	Приглашенный спикер	В	Визит
СО	Самостоятельное обучение	ОР	Опыт работы

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
1	Введение в модуль 3 Продвижение в гостеприимстве. А1 Принципы маркетинга и продвижения.		<ul style="list-style-type: none"> Введение: введение в модуль. Преподаватель объясняет, что учащиеся узнают, как определить, спланировать и создать маркетинговые / рекламные материалы для бизнеса. Объясните процедуру оценивания модуля. Обсуждение в классе: предварительные знания по маркетингу и продвижению, затем фокусирование на гостеприимство и туризм. 	<ul style="list-style-type: none"> Содержание модуля. Ручки и бумага для флипчарта. Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
	<ul style="list-style-type: none"> • Определение маркетинга и продвижения. • Маркетинговый процесс. • Целевой рынок. • Цели маркетинга и продвижения. 		<ul style="list-style-type: none"> • Самостоятельное упражнение: учащиеся самостоятельно работают над исследованием определений маркетинга и продвижения. • Упражнение в парах: исследовать цели маркетинга и продвижения в предприятии гостеприимства, а затем объединиться в группу. • Презентация под руководством преподавателя: маркетинговый процесс, целевой рынок. • Упражнение в парах: исследовать целевые группы рынка для различных предприятий гостеприимства, а затем сравнить результаты в группе. • Итоги: сессия вопросов и ответов и проверка изученного. 	
2	<p>A1 Принципы маркетинга и продвижения.</p> <p>Маркетинговые цели и задачи.</p>	ПС	<ul style="list-style-type: none"> • Сессия вопросов и ответов: резюмировать тему предыдущего урока. • Презентация под руководством преподавателя: факторы, влияющие на маркетинг. Организуйте посещение приглашенного спикера, например, менеджера по маркетингу или владельца бизнеса. Кратко расскажите об основных рассматриваемых темах. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ручки и бумага для флипчарта. • Презентация преподавателя. • Приглашенный спикер. • Шаблоны для заметок.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
			<ul style="list-style-type: none"> • Обсуждение в классе: попросите учащихся провести обсуждение для того, чтобы они задумались над своими собственными вопросами. Подготовьте шаблоны для заметок, используемых учащимися для того чтобы они активно слушали во время разговора. • Упражнение в группах: делайте заметки и задавайте вопросы во время разговора. • Самостоятельное упражнение: выполнить упражнение по маркетинговым целям и сегментации. 	
3	<p>A2 Комплекс маркетинга.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Введение. <p>4P: Продукт и цена.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Сессия вопросов и ответов: резюмировать тему предыдущего урока. • Презентация под руководством преподавателя: представить тему. Поместите продукт в контекст 4P; рассмотрите различные продукты с учащимися. Они должны подготовить карточки с деталями ассортимента продукции. • Упражнение в группах: распределить продукты и теории для каждой группы. Учащиеся анализируют заданный аспект продукта. Примите участие в групповом упражнении по составлению ментальной карты, применяя теорию к определенному ассортименту продуктов. • Обсуждение в классе: группы представляют свои результаты в классе. Учащиеся делают заметки. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ручки и бумага для флипчарта. • Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
			<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подготовьте примеры различных товаров, которые иллюстрируют различные ценовые стратегии, такие как пиковая цена, авиабилеты, безалкогольные напитки, роскошные автомобили. Обсудите примеры с классом. ● Презентация под руководством преподавателя: представить концепцию ценообразования. ● Самостоятельное упражнение: изучение процесса принятия решений. Предоставьте учащимся ряд товаров и услуг и попросите выбрать и обосновать ценовую стратегию для него. ● Упражнение в парах: учащиеся проходят экспертную оценку ценовых стратегий, которые они завершили. ● Итоги: обсуждение в классе. Учащиеся обсуждают и делают записи о ценовой стратегии. 	
4	<p>A2 Комплекс маркетинга</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 4P Место и продвижение. ● Маркетинговый посыл. 		<ul style="list-style-type: none"> ● Сессия вопросов и ответов: резюмировать тему предыдущего урока. ● Презентация под руководством преподавателя: место продукта в контексте 4P, объясните физическое местоположение, цифровые продажи, физические и онлайн. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ручки и бумага для флипчарта. ● Презентация преподавателя. ● Кейс стади о каналах распространения.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
	<ul style="list-style-type: none"> Цели стратегии комплекса маркетинга. 		<ul style="list-style-type: none"> Обсуждение в классе: подготовьте кейс-стади по различным каналам распространения и их использованию рядом компаний. Проведите обсуждение о влиянии размера бизнеса на выбор канала. Упражнение в парах: учащиеся должны сделать заметки о различных типах «мест». Упражнения по кейс-стади в парах или малых группах с записями ответов на вопросы. Презентация под руководством преподавателя: подготовить примеры различной рекламной деятельности. Обсудить связь между использованием рекламной деятельности и рекламным бюджетом. 	
5	<p>А3 Рекламная деятельность</p> <ul style="list-style-type: none"> Введение. Косвенный маркетинг. Преимущества и недостатки. 		<ul style="list-style-type: none"> Сессия вопросов и ответов: резюмировать тему предыдущего урока. Обсуждение в классе: предварительные знания и опыт рекламной деятельности. Презентация под руководством преподавателя: краткое введение в рекламную деятельность в туризме гостеприимства. Самостоятельное упражнение: завершить процесс принятия решений об использовании рекламных каналов разными компаниями. Подготовить обоснованные ответы. 	<ul style="list-style-type: none"> Ручки и бумага для флипчарта. Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
			<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение в группах: разбить учащихся на группы, каждая из которых занимается своей косвенной рекламной деятельностью, и задача состоит в том, чтобы подготовить презентацию по их конкретной рекламной деятельности с некоторыми примерами компаний, с которыми учащиеся знакомы. ● Упражнение в группах: представление презентации классу. Предоставьте обратную связь и задайте вопросы. Преподаватель способствует разбору и пост-презентационным вопросам. Учащиеся делают заметки во время презентаций. ● Итоги: подвести итоги урока и резюмировать прогресс. 	
6	<p>А3 Рекламная деятельность</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Прямой маркетинг. ● Преимущества и недостатки. 		<ul style="list-style-type: none"> ● Сессия вопросов и ответов: резюмировать тему предыдущего урока. ● Презентация под руководством преподавателя: краткое введение в прямой маркетинг рекламной деятельности в туризме гостеприимства. ● Упражнение в группах: разбить учащихся на группы, каждая из которых будет заниматься различными видами прямой рекламной деятельности, учитывая задачу подготовки ролевой игры по использованию указанной рекламной деятельности и некоторые примеры предприятий, с которыми они знакомы. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ручки и бумага для флипчарта. ● Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
			<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение в группах: учащиеся демонстрируют свою ролевую игру в классе. Предоставьте обратную связь и задайте вопросы. ● Упражнение под руководством преподавателя: способствуйте анализу и пост-ролевым вопросам. Учащиеся делают заметки во время презентаций. ● Групповое обсуждение: преимущества и недостатки прямой маркетинговой деятельности. ● Итоги: сессия вопросов и ответов. 	
7	<p>А3 Рекламная деятельность.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Интернет-маркетинг. ● Преимущества и недостатки. 		<ul style="list-style-type: none"> ● Сессия вопросов и ответов: резюмировать тему предыдущего урока. ● Презентация под руководством преподавателя: введение в онлайн-маркетинг с примерами. ● Упражнение в группах: распределить для каждой группы свою сферу. Затем учащиеся выясняют, какие методы онлайн-маркетинга подойдут для нужд бизнеса, демонстрируя плакат с обоснованием выбранных методов. ● Обсуждение в классе: учащиеся демонстрируют плакаты в классе, подготовленные по их компаниям. Остальная часть класса должна предоставить обратную связь и задать вопросы о том, как они пришли к своим выводам. Учащиеся должны сделать заметки в процессе обратной связи. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ручки и бумага для флипчарта. ● Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
			<ul style="list-style-type: none"> • Упражнение в группах: каждая группа выберет один из предложенных методов и расскажет, как он будет планироваться и использоваться. • Самостоятельное упражнение: завершить работу над факторами, влияющими на выбор методов онлайн-маркетинга для разных предприятий. • Упражнение в группах: учащиеся работают вместе для того, чтобы сделать выводы о преимуществах и недостатках каждого метода. • Групповое обсуждение: учащиеся должны вернуться в класс и обсудить различия между назначенными им организациями. • Итоги и обсуждение в классе: учащиеся обсуждают и делают заметки. 	
8	Цель обучения А Самостоятельная работа.	ПСР	<ul style="list-style-type: none"> • Упражнение под руководством преподавателя: повторить изученное в течение модуля. • Упражнение под руководством преподавателя: Преподаватель раздает бриф самостоятельной работы и просматривает их вместе с учащимися, чтобы убедиться в понимании учащимися темы. 	<ul style="list-style-type: none"> • Содержание модуля. • Презентация преподавателя. • Рабочая тетрадь для оценки.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
9	<p>В1 Исследование рынка.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Цель исследования рынка. • Внешние проблемы, которые могут повлиять на бизнес. • Изучение эффективности существующего комплекса маркетинга. • достоверность доказательств. 		<ul style="list-style-type: none"> • Введение: как предприятия идентифицируют потенциальные рынки и клиентов? • Групповое обсуждение: как предприятия туризма и сферы гостеприимства выявляют, на кого брать ориентир в маркетинговой кампании? • Презентация под руководством преподавателя: цель исследования рынка и внешние проблемы, которые могут повлиять на бизнес, включая PEST-анализ. • Упражнение в парах: завершить PEST анализ кейс-стади и затем вернуться в класс. Сравнить и обсудить результаты. • Упражнение в группах: предложить учащимся логотипы или изображения ряда аналогичных предприятий. Определите в каждом типе поставщика/местоположения, какие конкуренты напрямую продают одни и те же товары. • Сессия вопросов и ответов: спросить учащихся, что такое «определение надежности, достоверности и актуальности?» Почему они важны? • Упражнение под руководством преподавателя: написать тест, в котором учащиеся должны определить, является ли показанный источник достоверным или надежным, или и тем и другим/ни тем, ни другим. Определить в каждом типе поставщика/местоположения, какие конкуренты напрямую продают одни и те же товары. 	<ul style="list-style-type: none"> • Шаблон PEST-анализа. • Ручки и бумага для флипчарта. • Презентация преподавателя. • Логотипы или изображения брендов и аналогичных предприятий гостеприимства.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
10	В1 Исследование рынка. <ul style="list-style-type: none"> • Сегментация рынка. • целевые рынки. 		<ul style="list-style-type: none"> • Сессия вопросов и ответов: резюмировать тему предыдущего урока. • Презентация под руководством преподавателя: описать сегментацию рынка, представляющую собой группы клиентов с различными характеристиками. • Упражнение в парах: учащиеся используют ряд ресурсов для того чтобы изучить клиентов и сегменты рынка. • Упражнение в группах: подготовить мини-кейс-стади, иллюстрирующие, как разные компании использовали разные формы данных маркетинговых исследований. Разделите класс на группы и назначьте кейс-стади. Объясните задачу и облегчите обзор деятельности. • Упражнения в парах: попросите учащихся работать в парах для изучения мини-кейсов о различных видах использования данных маркетинговых исследований. • Презентация преподавателя: исследование данных и обзор целевых рынков. • Обсуждение в классе: учащиеся делятся своими выводами из мини-кейс-стади в классе и делают заметки. 	<ul style="list-style-type: none"> • Исследовательские ресурсы. • Ручки и бумага для флипчарта. • Презентация преподавателя. • Кейс стади.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
11	<p>B1 Исследование рынка.</p> <ul style="list-style-type: none"> • SWOT анализ (метод стратегического планирования: сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы). • Конкуренты. • Картографирование рынка. 		<ul style="list-style-type: none"> • Сессия вопросов и ответов: резюмировать тему предыдущего урока. • Презентация под руководством преподавателя: SWOT, анализ конкурентов и картографирование рынка. • Упражнение в парах: попросите учащихся работать в парах для того чтобы выполнить SWOT-анализ по конкретному бизнесу. • Самостоятельные упражнения: попросите учащихся выполнить PEST анализ по данному бизнесу. • Упражнение в парах: учащиеся выбирают бизнес и проводят вторичное исследование, используя инструменты анализа, рассмотренные в презентации. • Упражнение в группах: используя первичное исследование с предыдущего занятия, проанализируйте собранные данные и выводы, которые можно сделать, и предоставьте обратную связь. • Итоги: резюме инструментов, используемых для сбора первичных данных. 	<ul style="list-style-type: none"> • Шаблоны SWOT и PEST анализов. • Ручки и бумага для флипчарта. • Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
12	<p>В2 Методы исследования, используемые для сбора данных исследования рынка.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Введение. • Первичное исследование. • Виды первичного исследования. 		<ul style="list-style-type: none"> • Введение: повторите предыдущий урок и освежите в памяти учащихся тему о целях исследования рынка. • Презентация под руководством преподавателя: презентация о методах исследования. • Упражнение в группах: предоставить учащимся описания различных методов исследования. Попросите учащихся в группах классифицировать методы исследования. • Обсуждение в классе: группы предоставляют обратную связь классу. Преподаватель должен рассмотреть упражнение и провести обсуждение решений, принятых учащимися. • Самостоятельное упражнение: учащиеся работают самостоятельно для того чтобы классифицировать методы исследования в зависимости от того, являются ли они первичными или вторичными, и типы данных, которые они генерируют. • Упражнение в парах: учащиеся должны опираться на собственный опыт. Они исследуют различные области применения, а также преимущества и недостатки каждого типа первичных исследований. 	<ul style="list-style-type: none"> • Описание карточек методов исследования. • Ручки и бумага для флипчарта. • Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
			<ul style="list-style-type: none"> ● Самостоятельное упражнение: выделите каждому учащемуся один тип первичного метода исследования для изучения. Попросите их создать мини-исследовательский проект для изучения типов потребительских предпочтений. ● Упражнение в парах: объедините двух учащихся, которые изучили одну и ту же технику, и попросите их критически оценить свою собственную работу, а остальные обсудят успехи или неудачи каждого. ● Упражнение в группах: спланировать и создать опросник для предприятия гостеприимства, который будет заполнен на следующем уроке. ● Итоги: обсуждение урока и изученных вопросов. 	
13	<p>В2 Методы исследования, используемые для сбора данных исследования рынка.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Вторичное исследование. ● Данные вторичного исследования. 		<ul style="list-style-type: none"> ● Введение: повторите предыдущий урок по первичному исследованию. ● Упражнение в группах: заполнить и раздать опросник для предприятия гостеприимства, используя в качестве «клиентов» других учащихся. Сохраните полученные результаты. ● Упражнение в парах: учащиеся должны опираться на собственный опыт. Они исследуют различные области применения, а также преимущества и недостатки каждого типа вторичных исследований. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Ручки и бумага для флипчарта. ● Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
			<ul style="list-style-type: none"> • Самостоятельное упражнение: выделите каждому учащемуся один тип вторичного метода исследования для изучения: внутренние данные, веб-сайты и социальные сети. Попросите их создать мини-исследовательский проект для изучения типов потребительских предпочтений. • Упражнение в парах: объедините двух учащихся, которые изучали одну и ту же технику, и попросите их критически оценить свою собственную работу, а остальные обсудят успехи или неудачи каждого. • Итоги: спросите учащихся: «Как изучение данных помогает определить уровень развития конкурента?» 	
14	Цель обучения В Самостоятельная работа.	ПСР	<ul style="list-style-type: none"> • Упражнение под руководством преподавателя: вспомнить изученное в течение модуля. • Упражнение под руководством преподавателя: Преподаватель раздает бриф самостоятельной работы и просматривает их для того чтобы убедиться в понимании задания учащимися. 	<ul style="list-style-type: none"> • Содержание модуля. • Презентация преподавателя • Рабочая тетрадь для оценки.
15	С1 Запланировать рекламную кампанию. • Выбор целевого рынка.		<ul style="list-style-type: none"> • Введение: учащиеся дают определения для следующих ключевых терминов: клиент, потребитель, продукт. • Упражнение под руководством преподавателя: показать учащимся рекламный баннер, рекламу в журналах и телевизионную рекламу для бизнеса. Обсудите, как данные примеры стимулируют интерес. 	<ul style="list-style-type: none"> • Исследовательские ресурсы. • Ручки и бумага для флипчарта.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
	<ul style="list-style-type: none"> Постановка целей в исследовании рынка. Разработка наиболее подходящего комплекса и средств продвижения для бизнеса. 		<ul style="list-style-type: none"> Самостоятельное упражнение: учащиеся создают список 10 лучших рекламных кампаний, которые им нравятся, и те, которые наиболее эффективны. Проанализируйте, почему именно они им нравятся больше всего. Что имеется у них, чего нет у других. Упражнение в группах: попросите учащихся выбрать рекламную деятельность, наиболее подходящую для как минимум трех других групп клиентов, и обсудить, почему они эффективны для них. Презентация под руководством преподавателя: о выборе целевого рынка и разработке соответствующего комплекса. Самостоятельные упражнения: просмотреть постановку задач рекламной деятельности, а затем добавить в ментальную карту и проанализировать, как она отличается между предприятиями. Итоги: учащиеся размышляют о рекламной деятельности, которая оказалась настолько успешной, что она осталась у них в памяти. Что сделало ее запоминающейся по сравнению с другими рекламами? 	<ul style="list-style-type: none"> Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
16	<p>C1 Запланировать рекламную кампанию.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Разработка рекламного плана. • Связать план с сегментами рынка. 		<ul style="list-style-type: none"> • Введение: учащиеся дают определения следующим ключевым терминам: клиент, потребитель и продукт. • Упражнение в группах: благодаря интернету, газетам и журналам выявлять и изучать некоторые текущие рекламные кампании и используемые материалы. • Обсуждение в классе: как бизнес планирует рекламную кампанию. • Упражнение в парах: запланировать рекламную кампанию для выбранного товара или услуги: установить цели, определить подходящие методы и материалы для продвижения, определить целевую группу, график и бюджет. • Итоги: предоставить обратную связь классу и сделать заметки о любых корректировках в планах, предложенных учащимися. 	<ul style="list-style-type: none"> • Исследовательские ресурсы, такие как книги и интернет. • Ручки и бумага для флипчарта. • Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
17	<p>C2 Создание и оценка рекламных материалов.</p> <ul style="list-style-type: none"> Создание рекламной продукции. Использование целей SMART (современный подход к постановке работающих целей). Конкуренты. 		<ul style="list-style-type: none"> Введение: подведение итогов по планированию рекламного продвижения. Упражнение в парах: используйте план из предыдущего урока, отредактируйте его после Обратной связи. Затем создайте два типа рекламных материалов из запланированной рекламной кампании для выбранного товара или услуги – установите цели SMART (конкретный, измеримый, достижимый, значимый и ограниченный во времени) и оцените рекламные акции конкурента. Завершите логическое обоснование сделанного выбора. Все это будет использовано для подготовки презентации всего процесса. Итоги: обсудить и сделать заметки о процессе изготовления рекламных материалов. 	<ul style="list-style-type: none"> Ресурсы, необходимые для создания рекламных материалов. Ручки и бумага для флипчарта. Презентация преподавателя.
18	<p>C2 Создание и оценка рекламных материалов.</p> <ul style="list-style-type: none"> Создание рекламной продукции. Оценка рекламных материалов. 		<ul style="list-style-type: none"> Введение: подвести итоги предыдущего занятия. Упражнение в парах: добавить последние штрихи к рекламной кампании и материалам, затем представить план, цели и рекламные материалы. Упражнение в парах: оценить маркетинговые материалы другой группы, в том числе в связи с планом и потребностями клиентов. Предоставьте обратную связь классу и рекомендации. 	<ul style="list-style-type: none"> Ручки и бумага для флипчарта. Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
			<ul style="list-style-type: none"> • Итоги: подвести итоги по планированию, созданию и оценке рекламных материалов. 	
19	<p>C2 Создание и оценка рекламных материалов.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Измерение успеха рекламной деятельности. 		<ul style="list-style-type: none"> • Презентация под руководством преподавателя: рассказать о методах измерения успеха или провала рекламной деятельности. Проанализировать оценку отдачи от инвестиций в маркетинге. • Обсуждение в классе: обсудить, как будут собираться данные (например, номера телефонов, социальные сети). • Самостоятельные упражнения: учащиеся выбирают две версии рекламной деятельности с использованием различных медиа. Учитывая данные о затратах, ответах и продажах, учащиеся должны оценить каждый метод и выбрать наиболее подходящий для сообщения/ продукта. • Обсуждение под руководством преподавателя: Основываясь на проделанной работе по оценке рекламной деятельности, учащиеся должны рассмотреть вопрос о том, подходит ли рекламная деятельность для бизнеса / бренда. 	<ul style="list-style-type: none"> • Кейс стади. • Ручки и бумага для флипчарта. • Презентация преподавателя.

#	Тема	Тип урока	Рекомендуемые упражнения	Ресурсы
			<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение в парах: дать учащимся кейс-стади рекламной деятельности. В парах они должны оценить, подходит ли эта рекламная деятельность или нет. Учащимся следует задать ряд вопросов, на которые они должны ответить. Учащиеся делятся своими выводами с другими. ● Итоги: подвести итоги измерения успеха и оценки рекламных материалов. 	
20	Цель обучения С Самостоятельная работа.	ПСР	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: преподаватель раздает 2 часть самостоятельной работы и просматривает её для того чтобы убедиться в понимании задания учащимися. ● Упражнение под руководством преподавателя: напомнить о том, что было изучено в течение модуля. ● Упражнение под руководством преподавателя: преподаватель завершает наблюдение и оценку презентации. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Содержание модуля. ● Презентация преподавателя. ● Рабочая тетрадь для оценки.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	1

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с тем, как они будут оцениваться по критериям модуля. • Ознакомить учащихся с отделом продвижения в сфере гостеприимства. • Ознакомить учащихся с принципами маркетинга и продвижения. • Ознакомить учащихся с целями маркетинга и продвижения. • Ознакомить учащихся с термином «целевой рынок» и его значением для предприятия в гостеприимстве.
-------------------	--

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентации.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
<p>Начальные упражнения (30 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация под руководством преподавателя: введение в содержание модуля, объяснение процедуры оценки и обзор тем. Поделитесь графиком оценки и разъясните его. ● Презентация под руководством преподавателя: рассказать о том, что учащиеся узнают, как определять, планировать и создавать маркетинговые и рекламные материалы для товаров и услуг в гостеприимстве. ● Упражнение под руководством преподавателя: создать ментальную карту для отдельных учащихся, узнав об их имеющихся знаниях в области продвижения и маркетинга.
<p>Основные упражнения (130 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Обсуждение в классе: имеющиеся знания по маркетингу и продвижению, затем фокусирование на гостеприимстве и туризме. ● Самостоятельное упражнение: учащиеся самостоятельно работают над изучением определений маркетинга. ● Упражнение в парах: исследовать цели маркетинга и продвижения предприятия гостеприимства, а затем объединиться в группы. ● Презентация под руководством преподавателя: маркетинговый процесс, целевой рынок. ● Упражнение в парах: исследовать целевые рыночные группы для различных предприятий гостеприимства, а затем объединиться в группы.
<p>Заключительные упражнения (20 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: преподаватель закрепляет основные цели обучения, определенные в уроке.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	2

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с целями и задачами маркетинга. • Ознакомить учащихся с принципами маркетинга и продвижения.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация. • ШФ Шаблон формы. • Приглашенный спикер.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнений учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация под руководством преподавателя: факторы, влияющие на маркетинг, организуйте визит приглашенного спикера, такого как менеджер по маркетингу или владелец бизнеса. Кратко расскажите об основных рассматриваемых темах. ● Обсуждение в классе: предоставьте учащимся вопросы, которые они могли бы задать, и предложите им подумать над своими вопросами. Подготовьте шаблоны для заметок для учащихся, чтобы они были активны во время разговора. ● Упражнение в группах: учащиеся пишут заметки и задают вопросы во время разговора. ● Самостоятельное упражнение: завершить работу по маркетинговым целям и сегментации.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: учащиеся должны поделиться с остальными членами группы идеями, которые они получили в результате занятия.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	3

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с комплексом маркетинга. • Ознакомить учащихся с 4Р: продукт, цена, место, продвижение. • Ознакомить учащихся с элементами «продукт» и «цена» в комплексе 4Р.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
<p>Начальные упражнения (20 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнения под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнений учащихся и обсудить их в группе.
<p>Основные упражнения (140 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация под руководством преподавателя: изложить тему. Рассмотреть продукт в контексте 4P; изучить различные продукты с учащимися. Они должны подготовить карточки с указанием деталей ассортимента продукции. ● Упражнение в группах: назначить продукты и теории для каждой группы. Учащиеся анализируют заданные аспекты продукта. Преподаватель принимает участие в групповом упражнении по составлению ментальных карт, применяя теорию к определенному ассортименту продуктов. ● Обсуждение в классе: группа представляет свои результаты всему классу. Сделать заметки. ● Упражнение под руководством преподавателя: подготовить примеры различных продуктов, которые иллюстрируют различные ценовые стратегии: например, билеты на самолет по максимальной цене, безалкогольные напитки, роскошные автомобили и т. д. Обсудите примеры с классом. ● Презентация под руководством преподавателя: Ввести понятие ценообразования. ● Самостоятельное упражнение: подготовить процесс принятия решений. Предоставьте учащимся ряд товаров и услуг, попросите их выбрать и обосновать ценовую стратегию для каждого из них. ● Упражнение в парах: учащиеся проходят экспертную оценку разработанных ими стратегий ценообразования.
<p>Заключительные упражнения (20 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: обсуждение в классе – учащиеся обсуждают и делают записи о ценах и стратегии продукта.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	4

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с маркетинговым комплексом 4Р (продолжение), в частности с местоположением и продвижением. • Ознакомить учащихся с маркетинговым посылом. • Ознакомить учащихся с целями маркетинговой стратегии.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация. • СУ кейс стади о каналах распространения.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнений учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация под руководством преподавателя: место в 4P, объяснение физического местоположения, цифровых продаж, физических и онлайн. ● Обсуждение в классе: подготовить кейс-стади по различным каналам распространения и их использованию рядом организаций. Провести обсуждение влияния величины бизнеса на выбор канала. ● Упражнение в парах: учащиеся должны сделать заметки о различных типах «мест». Выполнить кейс-стади в парах или малых группах, записывая заметки в виде ответов на вопросы. ● Презентация под руководством преподавателя: подготовить примеры различных рекламных продвижений. Обсудить связь между использованием продвижений и рекламным бюджетом. Подготовить примеры успешного малобюджетного продвижения и более традиционных кампаний.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: обсуждение в классе – учащиеся обсуждают вопросы, возникшие в ходе занятия, и делают заметки.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	5

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с рекламной деятельностью. • Ознакомить учащихся с косвенным маркетингом. • Ознакомить учащихся с косвенными маркетинговыми преимуществами и недостатками.
-------------------	--

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнений учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Обсуждение в классе: рекламная деятельность – предыдущий опыт. ● Презентация под руководством преподавателя: краткое введение в рекламную деятельность в туризме гостеприимства. ● Самостоятельное упражнение: завершить процесс принятия решений об использовании рекламных каналов разных компаний. Подготовить обоснованные ответы. ● Упражнение в группах: Учащиеся делятся на группы, каждая из которых изучает различную косвенную рекламную деятельность. Представьте им задание в виде подготовки презентации об их рекламной деятельности и подскажите несколько примеров компаний, с которыми они знакомы. ● Упражнение в группах: демонстрация презентации в классе. Предоставить обратную связь и задать вопросы. Преподаватель способствует разбору и пост-презентационным вопросам. Учащиеся делают заметки во время презентаций.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: обсуждение в классе – учащиеся обсуждают вопросы, возникшие в ходе занятия, и делают заметки.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	6

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с прямыми маркетинговыми акциями. • Ознакомить учащихся с преимуществами и недостатками прямого маркетинга.
-------------------	--

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнений учащихся, и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация под руководством преподавателя: краткое введение в прямой маркетинг рекламной деятельности в туризме гостеприимства. ● Упражнение в группах: разбить учащихся на группы, каждая из которых охватывает различные виды прямой рекламной деятельности, и предложить им задание в виде подготовки ролевой игры по данной рекламной деятельности, а также подсказать несколько примеров компаний, с которыми они знакомы. ● Упражнение в группах: продемонстрировать ролевую игру классу. Предоставить обратную связь и задать вопросы. ● Упражнение под руководством преподавателя: способствовать разбору и пост-ролевым вопросам. Учащиеся делают заметки во время презентаций. ● Обсуждение в классе: преимущества и недостатки прямой маркетинговой деятельности.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: обсуждение в классе – учащиеся обсуждают вопросы, возникшие в ходе занятия, и делают записи.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	7

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с рекламной деятельностью онлайн-маркетинга. • Ознакомить учащихся с преимуществами и недостатками онлайн-маркетинга.
-------------------	--

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнений учащихся, и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация под руководством преподавателя: введение в онлайн-маркетинг, представить примеры. ● Упражнение в группах: назначить каждой группе разные компании. В процессе создания плаката, в котором нужно осветить обоснование выбранного метода, учащиеся изучат, какой метод онлайн-маркетинга подойдет. ● Обсуждение в классе: обратная связь об исследовании в классе. Предоставьте обратную связь другим и задайте вопросы. Преподаватель способствует разбору и пост-презентационным вопросам. Учащиеся делают заметки во время презентаций. ● Упражнение в группах: каждая группа выбирает один из предложенных методов онлайн-маркетинга и посвятит в то, как он будет планироваться и использоваться. ● Самостоятельное упражнение: завершить работу над факторами, влияющими на выбор методов онлайн-маркетинга для разных предприятий. ● Упражнение в группах: учащиеся работают вместе для того чтобы сделать вывод о преимуществах и недостатках каждого метода. ● Групповое обсуждение: учащиеся предоставляют обратную связь и обсуждают различия между их организациями.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: обсуждение в классе – учащиеся обсуждают и делают записи о содержании занятия.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	8

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с брифом самостоятельной работы – Цель обучения А. • Ознакомить учащихся с требованиями к цели обучения А. • Убедиться, что учащиеся понимают, что им нужно делать для выполнения задания «Цель обучения А».
-------------------	--

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнений учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: вспомнить изученное в течение модуля. ● Упражнение под руководством преподавателя: преподаватель раздает бриф самостоятельной работы и просматривает его, чтобы убедиться в понимании учащимися материала. ● Обсуждение в классе: о требованиях к доказательствам для Цели Обучения А.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: обсуждение для того, чтобы убедиться в понимании учащихся требований оценки Цели Обучения А.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	9

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с целью обучения В. Изучить, как исследования рынка используются для продвижения товаров и услуг в сфере гостеприимства. • Ознакомить учащихся с целью исследования рынка. • Ознакомить учащихся с внешними проблемами, которые могут повлиять на бизнес. • Ознакомить учащихся с изучением эффективности существующего комплекса маркетинга. • Ознакомить учащихся с достоверностью доказательств.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация. • СУ логотипы или изображения похожих предприятий. • ШФ, шаблон PEST анализа.
<p>Ключи: СУ: Список упражнений; ШФ: Шаблон формы; СП: Слайд презентации</p>	

Упражнения	Учебные заметки
<p>Начальные упражнения (30 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Введение: обсуждение цели обучения В. ● Введение: как предприятия идентифицируют потенциальных рынков и клиентов? Показать изображения или товары в качестве реквизита, чтобы проиллюстрировать то, о чем вы говорите. Постарайтесь использовать пять разных товаров. Обсудите, почему предприятия должны идентифицировать своих клиентов. Запишите ответы класса и составьте окончательный список. Приведите несколько примеров успешных и неудачных запусков товара и попросите учащихся определить информацию, которая могла отсутствовать в ходе исследования рынка товара, которое не увенчалось успехом. ● Упражнение под руководством преподавателя: обсуждаются результаты, полученные учащимися.
<p>Основные упражнения (130 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Обсуждение в классе: как предприятия сферы гостеприимства знают, на кого следует ориентироваться в маркетинговой кампании? Обсудите способы получения этой информации (например, опросники, фокус-группы, интервью). ● Презентация под руководством преподавателя: цель исследования рынка и внешние проблемы, которые могут повлиять на бизнес, включая анализ PEST. ● Упражнение в парах: завершить PEST анализ по кейс-стади и дать обратную связь (отзыв) классу. Сравнить результаты и обсудить. ● Упражнение в группах: предоставить учащимся логотипы или изображения ряда аналогичных предприятий в сфере гостеприимства, используя приведенные ниже примеры. <ul style="list-style-type: none"> ○ Первая серия: ряд брендов быстрого еды ○ Вторая серия: ряд ресторанов ○ Третья серия: ряд гостиничных брендов ○ Четвертая серия: ряд различных местных пунктов назначения

Упражнения	Учебные заметки
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Пятая серия: ряд различных национальных пунктов назначения ○ Шестая серия: целый ряд различных мировых пунктов назначения. <p>Определите в каждом типе поставщика или места, какие конкуренты напрямую продают одни и те же товары.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Сессия вопросов и ответов: спросите учащихся, «каковы определения надежности, достоверности и актуальности»? Почему они важны? Что произойдет, если организация основывает свою маркетинговую стратегию на данных, которые были неверными, ненадежными или устаревшими? Какие могут быть последствия? » ● Упражнение под руководством преподавателя: создайте квиз, в котором учащиеся должны определить, является ли показанный источник надежным или достоверным, или оба / ни один, ни другой. Определите в каждом типе поставщика или места, какие конкуренты напрямую продают одни и те же товары.
<p>Заключительные упражнения (20 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: обсуждение в классе – учащиеся обсуждают и делают записи о содержании занятия.

План урока

Квалификация	Pearson VTETC Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	10

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с интерпретацией исследования рынка. • Ознакомить учащихся с сегментацией рынка в связи с исследованием рынка. • Ознакомить учащихся с целевыми рынками.
-------------------	--

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация. • СУ кейс стади.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнения учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация преподавателя: сегментация рынка – это разделение рынка на группы, где клиенты имеют схожие характеристики. ● Упражнение в парах: учащиеся используют ряд ресурсов для изучения клиентов и сегментов рынка. Например, они просматривают местный бизнес-справочник, чтобы определить 20 различных предприятий и записать, какой тип клиентов у них может быть. Они сопоставляют сегменты рынка с видами бизнеса, используя фотографии и примеры. ● Упражнение в группах: подготовить мини-кейс-стади, иллюстрирующие, как разные компании использовали разные формы данных маркетинговых исследований. Целевые рынки – разделите класс на группы и назначьте разные кейс-стади. Объясните задание и поспособствуйте обзору упражнения. ● Упражнения в парах: пусть ваши учащиеся будут работать в парах, чтобы рассмотреть мини-кейс-стади различных видов использования данных маркетинговых исследований. ● Презентация под руководством преподавателя: исследование данных и обзор целевого рынка. ● Обсуждение в классе: учащиеся дают обратную связь о результатах мини-кейсов в классе и делают заметки.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: обсуждение в классе – учащиеся обсуждают и делают записи о содержании занятия.

План урока

Квалификация	Pearson BTEC Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	11

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с интерпретацией исследований рынка, включая SWOT-анализ. • Ознакомить учащихся с анализом конкурентов. • Ознакомить учащихся с картографированием рынка.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация. • Шаблон анализа ШФ SWOT и PEST.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнения учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация под руководством преподавателя: SWOT, анализ конкурентов и картографирование рынка. ● Упражнение в парах: попросить учащихся поработать в парах, чтобы выполнить SWOT-анализ по конкретному бизнесу. ● Самостоятельные упражнения: учащиеся завершают PEST анализ по данному бизнесу. ● Упражнение в парах: учащиеся выбирают бизнес и проводят кабинетное исследование, используя инструменты анализа, рассмотренные в презентации. ● Упражнение в группах: используя данные первичного исследования, собранные на предыдущем занятии, проанализировать собранные данные и выводы, которые можно сделать и продемонстрировать их в классе.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: обсуждение в классе – учащиеся обсуждают и делают записи о содержании занятия.

План урока

Квалификация	Pearson BTEC Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	12

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с исследованиями рынка. • Ознакомить учащихся с методами исследования, используемыми для сбора данных исследования рынка. • Ознакомить учащихся с первичными исследованиями. • Ознакомить учащихся с различными типами первичных исследований.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация. • СУ карточки с описанием методов исследования.
------------------------	---

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация под руководством преподавателя: резюмировать предыдущий урок и освежить знания учащихся о различных формах исследования и типах данных.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация под руководством преподавателя: презентация о методах исследования. ● Упражнение в группах: дать учащимся описания различных методов исследования. Попросить учащихся в группах классифицировать методы исследования. ● Обсуждение в классе: группы дают обратную связь в классе. Преподаватель должен проанализировать упражнение и провести обсуждение решений, принимаемых учащимися. ● Самостоятельные упражнения: учащиеся работают самостоятельно, чтобы классифицировать методы исследования в зависимости от того, являются ли они первичными или вторичными, и типы данных, которые они генерируют. ● Упражнение в парах: учащиеся должны опираться на собственный опыт. Они исследуют различные области применения, а также преимущества и недостатки каждого типа первичных исследований. Когда организация будет использовать каждый тип? Необходимо рассмотреть стоимость каждого типа с точки зрения сбора и анализа данных для компании. Использовать интернет и искать базы данных. Обсудить, как предприятия туризма и гостеприимства могут найти им применение. ● Самостоятельные упражнения: выделите каждому учащемуся один тип первичного метода исследования для изучения: опрос, интервью, наблюдение, испытания. Попросите их создать мини-исследовательский проект для изучения предпочтений клиентов. Другие члены группы могут быть их «подопытными кроликами» для испытания техник. Затем учащиеся могут проанализировать свои результаты и методы исследования.

Упражнения	Учебные заметки
	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение в парах: объедините двух учеников, которые изучили одну и ту же технику, и попросите их критически оценить свою работу и обсудить успехи или неудачи. ● Упражнение в группах: спланировать и создать опросник для гостеприимства, которая будет завершена на следующем занятии.
<p>Заключительные упражнения (20 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: Обсуждение в классе – учащиеся обсуждают и делают записи о содержании занятия.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	13

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с методами исследования, используемыми для сбора данных исследования рынка. • Ознакомить учащихся со вторичными исследованиями. • Ознакомить учащихся с типами данных вторичного исследования.
-------------------	--

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Введение: повторите предыдущий урок. Учащиеся сопоставляют ключевые термины с правильными определениями (например, первичное, вторичное, качественное и количественное исследование).
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение в группах: заполнить опросник для предприятия гостеприимства, используя в качестве «клиентов» других учащихся. Сохранить результаты работы. ● Упражнение в парах: учащиеся должны опираться на собственный опыт. Они исследуют различные области применения, а также преимущества и недостатки каждого типа вторичных исследований. Когда организация будет использовать каждый вид? Рассмотрим стоимость каждого типа с точки зрения сбора и анализа данных для компании. Использовать интернет и искать наборы данных. Обсудить, как организации туризма и гостеприимства могут найти их полезными. ● Самостоятельные упражнения: выделите каждому учащемуся один тип метода вторичного исследования для изучения: внутренние данные, веб-сайты и социальные сети. Попросите их создать мини-исследовательский проект для изучения предпочтений клиентов. ● Упражнение в парах: объедините двух учеников, которые изучили одну и ту же технику, и попросите их критически оценить свою работу и обсудить успехи или неудачи.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: спросить учащихся: «Как просмотр данных помогает определить, как дела у конкурента?» ● Итоги: обсуждение в классе – учащиеся обсуждают и делают записи о содержании занятия.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	14

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с брифом самостоятельной работы – Цели Обучения В. • Ознакомить учащихся с требованиями Цели Обучения В. • Убедиться, что учащиеся поняли, что им нужно сделать, чтобы завершить оценку Цели Обучения В.
-------------------	--

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнения учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: вспомнить изученное в течение модуля. ● Упражнение под руководством преподавателя: преподаватель раздает бриф самостоятельной работы и просматривает их для того, чтобы все поняли. ● Обсуждение в классе: требования к работе для задания Цели Обучения В.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: обсуждение для того, чтобы убедиться в понимании учащихся требований оценки Цели Обучения В.

План урока

Квалификация	Pearson VTETC Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	15

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с выбором целевого рынка. • Ознакомить учащихся с постановкой целей в исследовании рынка. • Ознакомить учащихся с разработкой наиболее подходящего комплекса и средств продвижения для бизнеса.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация. • Исследовательские ресурсы (интернет, газеты, журналы, рекламные материалы)
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнения под руководством преподавателя: введение в Цель Обучения С: Разработка рекламных материалов для товара или услуги гостеприимства. ● Обсуждение в классе: рассмотреть результаты упражнений учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Самостоятельное упражнение: учащиеся дают определение каждому из следующих ключевых терминов: клиент, потребитель, продукт. ● Упражнение под руководством преподавателя: показать учащимся рекламный баннер, рекламу в журналах и телевизионную рекламу для бизнеса. Обсудить, как эти примеры стимулируют интерес (например, использование цвета / звука). ● Самостоятельное упражнение: учащиеся создают «Топ-10» рекламных продвижений, которые им нравятся, и тех, что наиболее эффективны. Проанализируйте, почему они им нравятся больше всего. Что делает их такими эффективными? ● Упражнение в группах: попросите учащихся выбрать рекламное продвижение, подходящее как минимум для трех групп клиентов, например, бизнес путешественники, пожилые люди, семьи с детьми, и обсудить, почему данные продвижения являются эффективными для этих клиентов. Чем эти рекламы отличаются от тех, которые обращаются к ним лично? ● Презентация под руководством преподавателя: о выборе целевого рынка и разработке соответствующего комплекса. ● Самостоятельное упражнение: просмотрите цель установки рекламных продвижений, а затем добавьте в ментальную карту.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: учащиеся думают о рекламных продвижениях, которые оказались настолько успешными, что они все еще помнят их. Что сделало их запоминающимися по сравнению с другими рекламами? ● Итоги: Обсуждение в классе – учащиеся обсуждают и делают записи о содержании занятия.

План урока

Qualification	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Unit	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	16

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с тем, как создать рекламный план. • Разработать рекламный план. • Ознакомить учащихся с соединением плана к сегментам рынка.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация. • Исследовательские ресурсы. (Интернет, газеты и журналы)
------------------------	---

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнения учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение в парах: учащиеся создают определение для следующих ключевых терминов: клиент, потребитель и товар. ● Упражнение в группах: используя Интернет, газеты и журналы, определить и изучить некоторые текущие рекламные кампании и используемые материалы. ● Обсуждение в классе: как компании планируют рекламную кампанию. ● Упражнение в парах: запланировать рекламную кампанию для выбранного товара или услуги – установить цели, определить подходящие методы и материалы для продвижения, определить целевую группу и определить график и бюджет.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: дать обратную связь классу и сделать заметки и корректировки плана.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	17

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с созданием рекламных материалов. • Ознакомить учащихся с использованием целей SMART для планирования рекламных материалов. • Ознакомить учащихся с анализом конкурентов.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: вспомнить предыдущее занятие, используя упражнение. ● Обсуждение в классе: рассмотреть результаты упражнений учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: резюмировать планирование рекламных продвижений. ● Упражнение в парах: создайте два вида рекламных материалов из запланированной рекламной кампании для выбранного товара или услуги – установите цели SMART и посмотрите на конкурентов. Завершите обоснование сделанного выбора. Все это будет использовано для подготовки презентации всего процесса создания рекламной кампании.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: обсуждение в классе – обсудить процесс проведения рекламных продвижений и то, как каждая группа справилась с этим.

План урока

Упражнения	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	18

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с созданием рекламных материалов для создания рекламных предметов. • Ознакомить учащихся с оценкой рекламных материалов.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнения учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение в парах: последние штрихи к рекламной кампании и материалам, затем представьте план, цели и рекламные материалы. Презентация рекламных кампаний. ● Упражнение в парах: оценка другой группы маркетинговых материалов, в том числе касательно плана и потребностей клиентов. Дать обратную связь классу, давая рекомендации.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Итоги: подвести итоги обсуждения планирования, создания и оценки рекламных материалов.

План урока

Квалификация	Pearson BTEC Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	19

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с тем, как измерить успех рекламной деятельности. • Дать возможность учащимся провести оценку рекламных мероприятий.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация. • СУ кейс стади.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
<p>Начальные упражнения (20 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнений учащихся и обсудить их в группе.
<p>Основные упражнения (130 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Презентация под руководством преподавателя: рассказать, как вы оцениваете успех или провал рекламной деятельности. Оценка отдачи от инвестиций в маркетинг. ● Обсуждение в классе: обсудите, как будут собираться данные (например, номера телефонов, социальные сети и т. д.). ● Самостоятельные упражнения: учащиеся выбирают две версии рекламной деятельности с использованием различных медиа. Учитывая данные о затратах и ответах/продажах, учащиеся должны оценить каждый метод и выбрать наиболее подходящий для сообщения/продукта. ● Упражнение под руководством преподавателя: основываясь на проделанной работе по оценке рекламной деятельности, учащиеся должны рассмотреть вопрос о том, подходит ли рекламная деятельность для бизнеса/бренда. ● Упражнение в парах: предоставить учащимся кейс-стади по рекламной деятельности. В парах они должны оценить, подходит ли данная рекламная кампания продукту или нет. Учащимся следует задать ряд вопросов, на которые они должны ответить, а именно: <ul style="list-style-type: none"> ○ Усиливает ли рекламная деятельность ценности бренда и если да, то как? ○ Являются ли рекламные мероприятия устойчивыми с течением времени? Обоснования? ○ Можно ли изменить рекламную деятельность, если изменится внутреннее или внешнее влияние? ○ Соответствует ли рекламная деятельность заявленным целям (снова используйте примеры для обоснования ответов)? ○ Достигает ли рекламная деятельность нужной целевой аудитории?

Упражнения	Учебные заметки
	<ul style="list-style-type: none"> ○ Есть ли какие-либо этические или правовые соображения, которые необходимо учитывать? ○ Учащиеся делятся своими выводами с однокурсниками.
<p>Заключительные упражнения (30 минут)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Обсуждение в классе: подвести итоги измерения успеха и оценки рекламных материалов. ● Упражнение под руководством преподавателя: Преподаватель намечает в общих чертах оценку Цели Обучения С для учащихся для того, чтобы они подумали об идеях рекламных материалов для предприятий гостеприимства к следующему занятию, которые они могли бы использовать при оценивании.

План урока

Квалификация	Pearson ВТЕС Узбекистан Уровень 3 Квалификации в сфере гостеприимства
Модуль	Модуль 3: Продвижение в гостеприимстве
Номер урока	20

Цели урока	<ul style="list-style-type: none"> • Ознакомить учащихся с брифом самостоятельной работы – Цели Обучения С. • Ознакомить учащихся с требованиями к Цели Обучения С. • Убедиться, что учащиеся понимают, что им нужно сделать для того, чтобы выполнить самостоятельную работу – Цели Обучения С.
-------------------	---

Список ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> • Спецификация модуля. • Рабочие тетради для оценки. • Доска, ручки, бумага для флипчарта. • Проектор. • СП презентация.
------------------------	--

Ключи: **СУ**: Список упражнений; **ШФ**: Шаблон формы; **СП**: Слайд презентации

Упражнения	Учебные заметки
Начальные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: подвести итоги предыдущего занятия. ● Обсуждение в классе: проанализировать результаты упражнений учащихся и обсудить их в группе.
Основные упражнения (140 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: вспомнить изученное в течение модуля. ● Упражнение под руководством преподавателя: преподаватель раздает бриф самостоятельной работы и просматривает их вместе с учащимися, чтобы убедиться в понимании ими материала. ● Обсуждение в классе: требования к Цели Обучения С.
Заключительные упражнения (20 минут)	<ul style="list-style-type: none"> ● Упражнение под руководством преподавателя: обсуждение для того, чтобы убедиться в понимании учащимися требований оценки Цели Обучения С.

For information about Pearson Qualifications, including Pearson Edexcel, BTEC and LCCI qualifications visit qualifications.pearson.com

Edexcel and BTEC are registered trademarks of Pearson Education Limited

Pearson Education Limited. Registered in England and Wales No. 872828
Registered Office: 80 Strand, London WC2R 0RL.

VAT Reg No GB 278 537121



ISBN 978-1-4469-6340-1

9 781446 963401 >