

Приложение к ОПОП по специальности
43.02.14 Гостиничное дело

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1.1. Область применения рабочей программы	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена	4
1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины	4
1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы	6
2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	13
3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению	13
3.2. Информационное обеспечение обучения	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа учебной дисциплины является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО и ПООП СПО по специальности 43.02.14 Гостиничное дело.

При реализации рабочей программы учебной дисциплины ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг могут быть использованы различные образовательные технологии, в том числе элементы дистанционных образовательных технологий, электронного обучения.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (далее образовательная программа): дисциплина входит в профессиональный цикл в обще профессиональные дисциплины.

1.3. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

В результате изучения обязательной части цикла обучающийся должен

уметь:

- планировать и прогнозировать продажи;
- осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;
- выделять целевой сегмент клиентской базы;
- собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;
- ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;
- 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 сбыта гостиничного продукта;
- разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта;
- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
- определять этапы решения задачи;
- выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
- составить план действия; определить необходимые ресурсы;
- владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
- реализовать составленный план;
- оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).
- определять задачи поиска информации;
- определять необходимые источники информации;
- планировать процесс поиска;
- структурировать получаемую информацию;
- выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска.
- определять актуальность нормативно-правовой документации в

профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития;

- организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами
- излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы;
- применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение;
- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы;
- выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования.

знать:

- 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;
- каналы и технологии продаж гостиничного продукта;
- ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия;
- принципы создания системы «лояльности» работы с гостями;
- методы максимизации доходов гостиницы;
- критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам;
- виды отчетности по продажам;
- нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и по 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;
- виды отчетности по продажам;
- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
- алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
- номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов

поиска информации;

- содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология;

- возможные траектории профессионального развития и самообразования;

- психология коллектива; психология личности;

- основы проектной деятельности;

- особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов;

- современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.

- правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности

- основы предпринимательской деятельности;

- основы финансовой грамотности;

- правила разработки бизнес-планов;

- порядок выстраивания презентации;

- кредитные банковские продукты.

Перечень формируемых компетенций:

Общие компетенции (ОК):

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

ОК 02. Осуществлять поиск, анализ и интерпретацию информации, необходимой для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие.

ОК 04. Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами.

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

ОК 09. Использовать информационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 10. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языке.

ОК 11. Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 4.1. Планировать потребности службы бронирования и продаж в материальных ресурсах и персонале

ПК 4.2. Организовывать деятельность сотрудников службы бронирования и продаж в соответствии с текущими планами и стандартами гостиницы

ПК 4.3. Контролировать текущую деятельность сотрудников службы бронирования и продаж для поддержания требуемого уровня качества обслуживания гостей

1.4. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

Объем образовательной программы – 76 часов, в том числе:

объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем – 76 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	90
Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем	90
в том числе:	
теоретическое обучение	54
практические занятия	36
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	-
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в 7 семестре	

2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельные обучающих
1	2
ОП.02 Основы маркетинга гостиничных услуг	
Тема 1.1. Введение в маркетинг гостиничных услуг	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет дисциплины «Маркетинг гостиничных услуг». Сущность. Основные определения. Цели и задачи маркетинга. Методология маркетинга: принципы, функции маркетинга. 2. Маркетинговая деятельность в гостиничном предприятии: функционирование службы маркетинга в гостинице: цели, функции, подразделения. Взаимосвязь службы маркетинга с руководством структурными подразделениями. 3. Объекты маркетинговой деятельности: потребность, нужда, спрос, потребности, удовлетворяемые в сфере гостиничного бизнеса. Виды краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия, проводимые предприятием, при различных состояниях спроса 4. Окружающая среда гостиничного предприятия: макро- и микросреды формирующие окружающую среду предприятия. <p>Практические занятия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение и анализ спроса потребителей на услуги гостеприимства 2. Изучение зависимости объема продаж гостиничных услуг от различных факторов внешней и внутренней среды
Тема 2. Рынок гостиничных услуг.	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостиничного хозяйства. Производственная концепция, товарная концепция, сбытовая концепция, потребительская (рыночная) концепция, интегрированный маркетинг, маркетинг, общественный (социально-этичный) маркетинг. 2. Рынок: понятие, виды, признаки, классификация. Оценка конъюнктуры рынка. Основные рыночные показатели: ёмкость, доля рынка. Особенности развития рынка гостиничных услуг. 3. Сегментация рынка гостиничных услуг, понятие и значение. Признаки сегментации. Рыночная ниша. Выбор целевых сегментов для гостиничного хозяйства. 4. Стратегии охвата целевого рынка: недифференцированный, дифференцированный, концентрированный маркетинг. <p>Практические занятия</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определение целевого сегмента потребителей гостиничных услуг 2. Рыночные концепции маркетинга и их применение предприятием гостиничного хозяйства
Тема 3. Составляющие	Содержание

комплекса маркетинга.	1.	Понятия комплекса маркетинга, его базовые элементы: товар, цена, продвижение (4P, 5P, 7P).	
	2.	Гостиничный продукт: характерные особенности. Жизненный цикл продукта. Формирование комплексного гостиничного продукта: ассортимент, товарная номенклатура. Дополнительные услуги и формирование потребительской ценности гостиничного продукта.	
	3.	Цена в комплексе маркетинга гостиничного предприятия: понятие и сущность. Зависимость цены от спроса. Основные виды ценовой стратегии и ценообразования в гостиничном бизнесе: виды тарифных планов, политика гостиничного предприятия. Выбор методов ценообразования.	
	4.	Организация товародвижения. Каналы распределения (сбыта) гостиничного продукта. Функции каналов сбыта. Классификация каналов товародвижения в зависимости от их уровней. Типы посредников.	
	5.	Продвижение как составляющее комплекса маркетинга. Методы стимулирования спроса и стимулирования сбыта в комплексе маркетинга (ФОССТИС). Составные части и средства.	
	Практические занятия		
	1.	Определение рыночного жизненного цикла гостиничного продукта и его продолжения.	
	2.	Разработка практических рекомендаций по формированию спроса и стимулированию сбыта гостиничного продукта для различных целевых сегментов	
	Тема 4. Коммуникационная политика гостиничного предприятия	Содержание	
		1.	Цели и средства маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование, пропаганда. Особенности формирования коммуникационной политики гостиничных предприятий. Характеристика основных современных средств коммуникации: выставочная деятельность, реклама в СМИ, электронные технологии, мультимедийные средства, E-mail маркетинг).
2.		Реклама гостиничных предприятий, ее роль и значение, функции. Ознакомление с критериями выбора средств рекламы гостиничного предприятия. Организация рекламной кампании гостиничного предприятия. Виды и носители рекламы.	
3.		Эффективность рекламы различных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Рекламный бюджет. Изучение методов оценки эффективности рекламы.	
4.		Стимулирование сбыта гостиничного продукта; виды, назначение, эффективность средств стимулирования. Организация стимулирования сбыта: номерного фонда и дополнительных услуг гостиницы.	
5.		PR - «Паблик рилейшнз»: понятие, назначение, виды мероприятий. Формирование имиджа гостиничного предприятия: понятие, составляющие элементы, пути формирования.	
Практические занятия			
1.		Разработка рекламного обращения: слогана, логотипа, основного текста, знака, торговой марки	
2.		Овладение методикой разработки рекламной компании гостиничного предприятия	
3.		Формирование рекламных материалов (брошюр, каталогов, буклетов и т.д.)	
Тема 5. Методологические основы маркетинговых исследований.	Содержание		
	1.	Сущность, содержание и основные направления маркетинговых исследований. Практика маркетинговых исследований в деятельности предприятий гостеприимства. Цели и задачи, объекты исследования.	

	2.	Основные принципы организации маркетингового исследования). Виды информации. Источники сбора информации.
	3.	Полевые и кабинетные исследования. Опрос как основной метод сбора информации. Специфика проведения опросов и интервью в сфере гостеприимства. Особенности проведения опросов по цели, типу опрашиваемых, частоте проведения
	4.	Методы проведения опроса. Выборка: понятие, методы и проблемы формирования выборки
	5.	Анкетная форма сбора маркетинговой информации: понятие и состав анкеты. Этапы проведения анкетирования. Порядок составления вопросов анкеты по содержанию, сути проблемы, по форме представления.
	6.	Исследование потребителей услуг гостеприимства и их потребительского поведения. Необходимость изучения потребительского поведения. Специфика исследования потребителей на рынке услуг.
	Практические занятия	
	1.	Изучение и освоение методов поиска и анализа актуальной информации в Интернете
	2.	Отработка навыков составления анкет
Тема 6. Конкурентоспособность гостиничного предприятия	Содержание	
	1.	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность гостиничного предприятия и гостиничного продукта. Ключевые факторы конкурентоспособности гостиничного продукта и гостиничной конкуренции на рынке гостиничных услуг.
	2.	Конкурентные стратегии гостиничного предприятия. Критерии оценки конкурентоспособности предприятия гостиничного хозяйства. Сравнение конкурентоспособности гостиничного продукта с ЖЦТ.
	Практические занятия	
	1.	Проведение оценки конкурентоспособности гостиничного предприятия и мероприятий по ее повышению

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины предполагает наличие учебного кабинета менеджмента и управления персоналом

Оборудование учебного кабинета: посадочные места для обучающихся, рабочее место преподавателя, ученическая доска, интерактивная доска, инструктивный материал, бланковый материал, комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения: компьютер, принтер, сканер, интерактивное оборудование, мультимедиапроектор.

3.2. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Нормативно-правовые источники:

1. Гражданский кодекс РФ.
2. Трудовой кодекс РФ.
3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации.
5. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 04.08.2018) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступающими в силу с 05.09.2018).
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 04.06.2018) "О защите прав потребителей".
7. Постановление Правительства РФ от 09.10.2015 N 1085 "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации".
8. Постановление Минтруда РФ от 17.05.1999 N 8 «О Квалификационных требованиях (профессиональных стандартах) к основным должностям работников туристской индустрии».
9. Приказ Минэкономразвития РФ от 21 июня 2003 г. N 197 "Об утверждении Положения о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения".
10. Международные гостиничные правила. Одобрены Советом Международной гостиничной ассоциации 2 ноября 1981 г. Катманду, Непал.

Основная литература:

1. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 338 с.
2. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе : учебник для вузов / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 197 с.

Дополнительная литература:

1. Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса: учебное пособие. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2019. – 448с.
2. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учебное пособие/П.С. Завьялов - М.: ИНФРА-М, 2019. - 336.
3. Елканова Д. И. Основы индустрии гостеприимства: учеб. пособие / Д. И. Елканова, Д. А. Осипов, В. В. Романов, Е. В. Сорокина. – М.: Дашков и К, 2020. - 264 с.
4. Еремина Б.Л. Реклама в туризме и отдыхе: Учебное пособие / Морган Н., Причард А., Еремина Б.Л. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2019. - 495 с
5. Турковский Марек. Маркетинг гостиничных услуг: учеб.-метод. пособие /М. Турковский. – М.: Финансы и статистика, 2019. - 296 с.

Интернет-ресурсы:

1. www.prohotel.ru - Портал гостиничного бизнеса
2. www.hotelier.pro - Электронная газета
3. www.hotelline.ru - Портал гостиничного бизнеса
4. www.tonkosti.ru - Электронная туристическая энциклопедия
5. www.russiatourism.ru - Официальный сайт Федерального агентства по туризму

Минспорттуризма России

6. www.4p.ru - Официальный сайт журнала «Маркетинг журнал 4p»
7. www.adindex.ru - Реклама и маркетинг в России и мире

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения занятий, а также выполнения обучающимися самостоятельной (внеаудиторной) работы. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">– планировать и прогнозировать продажи;– осуществлять мониторинг рынка гостиничных услуг;– выделять целевой сегмент клиентской базы;– собирать и анализировать информацию о потребностях целевого рынка;– ориентироваться в номенклатуре основных и дополнительных услуг отеля;– 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 сбыта гостиничного продукта;– разрабатывать и предоставлять предложения по повышению эффективности сбыта гостиничного продукта;– распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;– определять этапы решения задачи;– выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;– составить план действия; определить необходимые ресурсы;– владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;– реализовать составленный план;	<p>Письменный контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none">- тестирования- контрольной работы. <p>Устный контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none">- индивидуального опроса;- фронтального вопроса;- экспертного наблюдения;

<ul style="list-style-type: none"> – оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). – определять задачи поиска информации; – определять необходимые источники информации; – планировать процесс поиска; – структурировать получаемую информацию; – выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска. – определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; выстраивать траектории профессионального и личностного развития; – организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами – излагать свои мысли на государственном языке; оформлять документы; – применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; – понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; – выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования. 	
<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; – каналы и технологии продаж гостиничного продукта; – ценообразование, виды тарифных планов и тарифную политику гостиничного предприятия; – принципы создания системы «лояльности» работы с гостями; – методы максимизации доходов гостиницы; – критерии эффективности работы персонала гостиницы по продажам; – виды отчетности по продажам; 	<p>Письменный контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тестирования - контрольной работы. <p>Устный контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - индивидуального опроса; - фронтального опроса; - экспертного наблюдения

- нормативные документы, регламентирующие работу службы бронирования и п 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;
 - виды отчетности по продажам;
 - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
 - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности;
 - номенклатура информационных источников применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации;
 - содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология;
 - возможные траектории профессионального развития и самообразования;
 - психология коллектива; психология личности;
 - основы проектной деятельности;
 - особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов;
 - современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности.
 - правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности
 - основы предпринимательской деятельности;
 - основы финансовой грамотности;
 - правила разработки бизнес-планов;
 - порядок выстраивания презентации;
- кредитные банковские продукты.