

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

**Ярославский филиал Финуниверситета**

**Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»**

**СОГЛАСОВАНО**

ВРИО Директора  
МУЗ «Санаторий «Ясные зори»



О. Н. Карулина

«11» июня 2026 года

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Ярославского  
филиала Финуниверситета



В. А. Кваша

«16» июня 2026 года

А. М. Сальников

**ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

43.03.03 «Гостиничное дело»

ОП «Гостиничный бизнес»

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета  
(протокол № 37 от 16.06.2026)*

*Одобрено кафедрой «Менеджмент и общегуманитарные науки»  
(протокол № 11 от 05.06.2026)*

**Ярославль 2026**

## Содержание

|                                                                                                                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Наименование дисциплины .....                                                                                                                                                                               | 4  |
| 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.....                      | 4  |
| 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы .....                                                                                                                                                | 6  |
| 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся .....                                          | 6  |
| 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....                                                         | 6  |
| 5.1. Содержание дисциплины. ....                                                                                                                                                                               | 6  |
| 5.2. Учебно-тематический план .....                                                                                                                                                                            | 8  |
| 5.3. Содержание семинаров, практических занятий.....                                                                                                                                                           | 9  |
| 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....                                                                                                         | 10 |
| 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы .....                                                                                     | 10 |
| 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю .....                                                                                                                                  | 13 |
| 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....                                                                                                               | 16 |
| 7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы.....                                                                                              | 16 |
| 7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний.....                                                                           | 16 |
| 7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов .....                                                                       | 20 |
| 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины .....                                                                                                            | 20 |
| 9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины .....                                                                                             | 22 |
| 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....                                                                                                                                          | 22 |
| 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем..... | 23 |
| 11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения.....                                                                                                                                                     | 23 |
| 11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы .....                                                                                                                       | 23 |
| 11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации .....                                                                                                                              | 23 |
| 11.4. Доступ к электронным библиотечным системам .....                                                                                                                                                         | 23 |

|                                                                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине ..... | 23 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

## 1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.2.2.2.1.3 «Технологии продаж в сфере общественного питания».

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код компетенции | Наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                            | Индикаторы достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПКП-1           | Способен осуществлять контроль деятельность служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса, проводить оценку эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса, в том числе на основе международных стандартов управленческой отчетности. | 1. Демонстрирует знания ключевых показателей управленческого учета и оценки эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.                                                                                                                                                                       | Знать: ключевые показатели управленческого учета и оценки эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.<br>Уметь: рассчитывать показатели управленческого учета и оценки эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса. |
|                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 2. Демонстрирует навыки разработки ключевых показателей эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса (KPI), организации и контроля деятельности сотрудников служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса с применением эффективных форм и методов контроля бизнес-процессов. | Знать: разработки ключевых показателей эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса (KPI).<br>Уметь: применять ключевые показатели эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса (KPI).                                 |
|                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 3. Применяет техники количественного, факторного и системного анализа ключевых показателей эффективности работы служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса различных форм собственности.                                                                                                                                 | Знать: техники количественного, факторного и системного анализа ключевых показателей эффективности работы служб и отделов.<br>Уметь: применять техники количественного, факторного и системного анализа ключевых показателей эффективности работы служб и отделов.                                                 |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                | 4. Владеет методиками стратегического и оперативного анализа и оценки эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/комплекса, в том числе на основе международных стандартов управленческой отчетности.    | Знать: методиками стратегического и оперативного анализа и оценки эффективности деятельности служб и отделов.<br>Уметь: применять методиками стратегического и оперативного анализа и оценки эффективности деятельности служб и отделов.                                                                                                                                                                                                                                                   |
| ПКП-4 | Способен к взаимодействию с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса, а также с другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий, корпоративных стандартов сервиса, регламентов и протоколов обслуживания. | 1. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления. | Знать: навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления.<br>Уметь: применять навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления в сфере общественного питания. |
|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                | 2. Владеет навыками разработки и внедрения корпоративных стандартов, регламентов и протоколов обслуживания в деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.                                        | Знать: основные способы разработки и внедрения корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания в деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.<br>Уметь: выбирать подходящий для ситуации способ обслуживания в деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.                                                                                                                                                |
|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                | 3. Демонстрирует навыки работы с профессиональным программным обеспечением и CRM-системами, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями.                                                          | Знать: основные профессиональные программные обеспечения.<br>Уметь: применять навыки работы с профессиональным программным обеспечением, в том числе в целях построения долгосрочным взаимоотношений с потребителями.                                                                                                                                                                                                                                                                      |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б.1.2.2.2.1.3 «Технологии продаж в сфере общественного питания» относится к дисциплинам модуля «Ресторанный бизнес» цикла профиля (элективного) профиля и цикла профиля (элективного) части, формируемой участниками образовательных отношений, блока дисциплин образовательной программы по направлению 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Гостиничный бизнес», очная форма обучения.

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

| Вид учебной работы по дисциплине       | Всего (в з. е. / часах) | Семестр 6 (в часах) |
|----------------------------------------|-------------------------|---------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины          | 3 / 108                 | 108                 |
| Контактная работа - Аудиторные занятия | 32                      | 32                  |
| Лекции                                 | 10                      | 10                  |
| Семинары, практические занятия         | 22                      | 22                  |
| Самостоятельная работа                 | 76                      | 76                  |
| Вид текущего контроля                  | Контрольная работа      | Контрольная работа  |
| Вид промежуточной аттестации           | Зачет                   | Зачет               |

### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

#### 5.1. Содержание дисциплины.

*Тема 1. Предмет и метод дисциплины «Технологии продаж в сфере общественного питания».*

Сущность (предмет и метод) дисциплины «Технологии продаж в сфере общественного питания». Сущность и цели сбыта в сфере общественного питания в индустрии гостеприимства. Сбытовая стратегия предприятия в сфере общественного питания. Целевая ориентация и основные задачи сбыта. Стратегия сбыта в контексте общефирменной стратегии: содержание и основные элементы.

*Тема 2. Система продаж на предприятиях общественного питания. Сбыт с позиции маркетинга отношений.*

Этапы формирования отношений с клиентурой в индустрии гостеприимства. Для управления отношениями с потребителями на основе современных методов формирования и реализации программ лояльности используются методы последовательного и целенаправленного формирования лояльности с помощью маркетинговых усилий. Работа с рекламациями и блокировка разочарований клиентов. Взаимодействие службы продаж с VIP-клиентурой.

*Тема 3. Зависимость управления продажами от поведения потребителей в сфере общественного питания.*

Управление продажами от поведения потребителей в сфере общественного питания связана с анализом поведения рынка, конкурентов, потребителей. В свою очередь, поведение потребителей зависит от многих факторов, таких как личностные, социальные и психологические. Особенности поведения потребителей. Осознание потребности и поиск информации – это процесс, который предшествует принятию решению о покупке. Методика осознания потребности и поиск информации включает в себя: определение проблемы, постановку целей, поиск, альтернативных решений, оценка альтернативных решений, оценка вариантов, и выбор наилучшего, покупка, потребление.

*Тема 4. Организация и планирование системы продаж предприятия общественного питания в индустрии гостеприимства.*

Программные продукты для автоматизации процессов обслуживания гостей в кафе и ресторанах и столовых в решении задач: учет продаж; увеличение скорости обслуживания клиентов; контроль работы персонала заведения; уменьшение количества ошибок, допущенных при работе с гостями; управление меню и ценами в едином окне; работа с программами лояльности; формирование отчетности по всей работе ресторана, которая в дальнейшем позволит проводить аналитику.

*Тема 5. Система каналов распределения в сфере общественного питания.*

Каналы распределения в сфере общественного питания являются одним из элементов маркетинг-микса и представляют собой структуру канала распределения, в которой предприятия общественного питания, поставщики, действуют как единая система. Дизайн канала распределения. Общий алгоритм дизайна канала. Структура «проблемы — цели — задачи». Альтернативные структуры канала: формирование, оценка, выбор оптимальной структуры.

*Тема 6. Особенности управления продажами в сфере общественного питания.*

Ценовая политика и система скидок. В сфере общественного питания ценовая политика зависит от многих факторов, таких как местоположение ресторана, уровень сервиса, качество продуктов, др. Система скидок может быть разной в зависимости от типа заведения и целевой аудитории. Разработка программ стимулирования продаж в сфере общественного питания. Программы могут включать в себя различные мероприятия, такие как акции, скидки, бонусы и др. Требования к персоналу, тренинги и выбор стратегии продаж. Требования к персоналу в сфере общественного питания могут включать а себя знание языков, опыт работы и др. Тренинги для персонала могут проводиться как внутри компании, так и в специализированных учебных центрах. Выбор стратегии продаж зависит от многих факторов, таких как целевая аудитория, конкуренты, др. Управление конфликтными ситуациями в коллективе. Оценка эффективности работы посредников.

*Тема 7. Брэнддинг частных торговых марок сетей в сфере общественного питания.*

Частные торговые марки сетей общественного питания. Частные торговые марки - это товары, которые производятся брендами и продаются под маркой сети ресторанов или кафе. В России такие марки есть у продуктовых сетей.

Брендинг частной торговой марки. Создание бренда для услуг, товаров, которые производятся не известными брендами и продаются под маркой сети ресторанов и кафе. Особенности развития частных торговых марок розничных сетей в сфере общественного питания.

*Тема 8. Система управления продажами в системе управления предприятия сферы общественного питания.*

Система продаж в стратегии продвижения предприятия сферы общественного питания. Среди средств продвижения услуг предприятий общественного питания можно выделить рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта и персональные продажи. Факторы формирования системы продвижения услуг предприятий общественного питания могут включать в себя привлечение новых клиентов и удержание существующих. Важным фактором является использование цифровых технологий и социальных сетей. Формирование стратегии развития ресторана. Аналитическая оценка стратегического маркетинга. Корпоративные и функциональные стратегии маркетинга. Стратегии маркетинга на операционном уровне.

## 5.2. Учебно-тематический план

| № п/п | Наименование тем (разделов) дисциплины                                                                         | Трудоемкость в часах |                                     |        |                                |                        | Формы текущего контроля успеваемости    |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------|--------|--------------------------------|------------------------|-----------------------------------------|
|       |                                                                                                                | Всего                | Контактная работа-Аудиторная работа |        |                                | Самостоятельная работа |                                         |
|       |                                                                                                                |                      | Общая, в т.ч.:                      | Лекции | Семинары, практические занятия |                        |                                         |
| 1     | Тема 1. Предмет и метод дисциплины «Технологии продаж в сфере общественного питания»                           | 13                   | 3                                   | 1      | 2                              | 9                      | Устный опрос, разбор ситуационных задач |
| 2     | Тема 2. Система продаж на предприятиях общественного питания. Сбыт с позиции маркетинга отношений              | 13                   | 3                                   | 1      | 2                              | 10                     | Устный опрос, разбор ситуационных задач |
| 3     | Тема 3. Зависимость управления продажами от поведения потребителей в сфере общественного питания               | 12                   | 3                                   | 1      | 2                              | 9                      | Устный опрос, разбор ситуационных задач |
| 4     | Тема 4. Организация и планирование системы продаж предприятия общественного питания в индустрии гостеприимства | 13                   | 3                                   | 1      | 2                              | 10                     | Устный опрос, разбор ситуационных задач |
| 5     | Глава 5. Система                                                                                               | 12                   | 3                                   | 1      | 2                              | 9                      | Устный                                  |

|   |                                                                                                   |      |     |     |     |     |                                         |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----|-----|-----|-----|-----------------------------------------|
|   | каналов распределения в сфере общественного питания                                               |      |     |     |     |     | опрос, разбор ситуационных задач        |
| 6 | Тема 6. Особенности управления продажами в сфере общественного питания                            | 15   | 5   | 1   | 4   | 10  | Устный опрос, разбор ситуационных задач |
| 7 | Тема 7. Брэндинг частных торговых марок сетей в сфере общественного питания                       | 15   | 6   | 2   | 4   | 9   | Устный опрос, разбор ситуационных задач |
| 8 | Тема 8. Система управления продажами в системе управления предприятия сферы общественного питания | 16   | 6   | 2   | 4   | 10  | Устный опрос, разбор ситуационных задач |
|   | В целом по дисциплине                                                                             | 108  | 32  | 10  | 22  | 76  |                                         |
|   | Итого в %                                                                                         | 100% | 30% | 31% | 69% | 70% |                                         |

### 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

| Наименование тем (разделов) дисциплины                                                            | Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8, 9 (указывается раздел и порядковый номер источника)                                             | Формы проведения занятий            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Тема 1. Предмет и метод дисциплины «Технологии продаж в сфере общественного питания»              | 1. Основные функции рынка общественного питания в общем рынке услуг<br>2. Место и роль рынка общественного питания в совокупном рынке услуг.<br>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 1-7, 10; раздел 9, №№ 1. | Обсуждение проблемных вопросов темы |
| Тема 2. Система продаж на предприятиях общественного питания. Сбыт с позиции маркетинга отношений | 1. Сбытовики в клиентском анализе на рынке продаж.<br>2. Формирование и развитие отношений с клиентурой в бизнесе общественного питания<br>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 4,6,9,11,12, раздел 9, №№ 1.  | Обсуждение проблемных вопросов темы |
| Тема 3. Зависимость управления продажами от поведения потребителей в сфере общественного питания  | 1. Поведение потребителей предприятия общественного питания.<br>2. Модель процесса и факторы влияния.<br>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 6, 8, 9, 11, 12, 15; раздел 9, №№ 1.                            | Обсуждение проблемных вопросов темы |
| Тема 4. Организация и планирование системы продаж предприятия общественного питания в             | Структура системы продаж предприятия в сфере общественного питания.<br>Планирование продаж предприятия в сфере общественного питания.                                                                          | Обсуждение проблемных вопросов темы |

|                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| индустрии гостеприимства                                                                          | Оценка эффективности системы продаж предприятия в сфере общественного питания.<br>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 6,9, 11, 12; раздел 9, №№ 1.                                                                                                                                                                             |                                     |
| Тема 5. Система каналов распределения в сфере общественного питания                               | Сущность канала распределения и роли участников.<br>Функциональная структура канала распределения.<br>Торговые посредники: основные виды, целевая ориентация, предварительные стратегические аспекты формирования каналов в сфере общественного питания<br>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 2-6, 8, 10, 14; раздел 9, №№ 1. | Обсуждение проблемных вопросов темы |
| Тема 6. Особенности управления продажами в сфере общественного питания                            | Сущность и проблематика управления продаж.<br>Договорная политика предприятия в сфере продаж.<br>Ассортиментная политика в сфере продаж.<br>Технология продаж дополнительных услуг предприятия.<br>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 2-6, 8, 10, 14; раздел 9, №№ 1.                                                         | Обсуждение проблемных вопросов темы |
| Тема 7. Брэнддинг частных торговых марок сетей в сфере общественного питания                      | Сети в сфере общественного питания, и частные торговые марки.<br>Классификация частных торговых марок.<br>Становление и развитие частных торговых марок сетей в сфере общественного питания.<br>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 2-6, 8, 10, 14; раздел 9, №№ 1.                                                            | Обсуждение проблемных вопросов темы |
| Тема 8. Система управления продажами в системе управления предприятия сферы общественного питания | 1. Типы организационных структур управления маркетингом.<br>2. Существующие средства продвижения предприятий сферы общественного питания.<br>Рекомендуемые источники: раздел 8, №№ 2-6, 8, 10, 14; раздел 9, №№ 1.                                                                                                               | Обсуждение проблемных вопросов темы |

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;
- подготовка эссе;
- подготовка к экзамену.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь

обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

| Наименование тем (разделов) дисциплины                                                                         | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение                                                                                                           | Формы внеаудиторной самостоятельной работы                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 1. Предмет и метод дисциплины «Технологии продаж в сфере общественного питания»                           | 1. Сбытовая стратегия предприятия в сфере общественного питания.<br>2. Цели и задачи сбыта.<br>3. Общефирменная стратегия: содержание и основные элементы.         | - работа с конспектом лекции;<br>- работа с электронной библиотечной системой;<br>- работа с информационно-образовательным порталом Финуниверситета;<br>- подготовка к решению ситуационных задач.<br>- подготовка и написание контрольной работы |
| Тема 2. Система продаж на предприятиях общественного питания. Сбыт с позиции маркетинга отношений              | 1. Как справляться с неудовлетворенностью и претензиями клиента.<br>2. Основные особенности выстраивания отношений с VIP-клиентами.                                | - работа с конспектом лекции;<br>- работа с электронной библиотечной системой;<br>- работа с информационно-образовательным порталом Финуниверситета;<br>- подготовка к решению ситуационных задач.<br>- подготовка и написание контрольной работы |
| Тема 3. Зависимость управления продажами от поведения потребителей в сфере общественного питания               | 1. Потребности потребителя и поиск информации об их запросе.<br>2. Оценка потребителями вариантов и покупки, потребление определенных услуг.                       | - работа с конспектом лекции;<br>- работа с электронной библиотечной системой;<br>- работа с информационно-образовательным порталом Финуниверситета;<br>- подготовка к решению ситуационных задач.<br>- подготовка и написание контрольной работы |
| Тема 4. Организация и планирование системы продаж предприятия общественного питания в индустрии гостеприимства | 1. Оценка эффективности системы продаж предприятия в сфере общественного питания<br>2. Автоматизация процессов обслуживания гостей в кафе и ресторанах и столовых. | - работа с конспектом лекции;<br>- работа с электронной библиотечной системой;<br>- работа с информационно-образовательным порталом Финуниверситета;<br>- подготовка к решению ситуационных задач.                                                |

|                                                                                                   |                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                   |                                                                                                                                                                         | - подготовка и написание контрольной работы                                                                                                                                                                                                       |
| Тема 5. Система каналов распределения в сфере общественного питания                               | 1.«Торговые посредники» в сфере общественного питания.<br>2. Структура канала распределения.                                                                            | - работа с конспектом лекции;<br>- работа с электронной библиотечной системой;<br>- работа с информационно-образовательным порталом Финуниверситета;<br>- подготовка к решению ситуационных задач.<br>- подготовка и написание контрольной работы |
| Тема 6. Особенности управления продажами в сфере общественного питания                            | 1. Разработка программ стимулирования продаж.<br>2. Способы оценки эффективности работы посредников.                                                                    | - работа с конспектом лекции;<br>- работа с электронной библиотечной системой;<br>- работа с информационно-образовательным порталом Финуниверситета;<br>- подготовка к решению ситуационных задач.<br>- подготовка и написание контрольной работы |
| Тема 7. Брендинг частных торговых марок сетей в сфере общественного питания                       | 1. Способы выхода частных торговых марок сетей в сфере общественного питания на рынок услуг в сфере питания.<br>2. Процесс брендинга частных торговых марок.            | - работа с конспектом лекции;<br>- работа с электронной библиотечной системой;<br>- работа с информационно-образовательным порталом Финуниверситета;<br>- подготовка к решению ситуационных задач.<br>- подготовка и написание контрольной работы |
| Тема 8. Система управления продажами в системе управления предприятия сферы общественного питания | 1. Инновационный маркетинг в бизнесе общественного питания.<br>2. Факторы формирования системы продвижения.<br>3. Стратегии развития предприятия общественного питания. | - работа с конспектом лекции;<br>- работа с электронной библиотечной системой;<br>- работа с информационно-образовательным порталом Финуниверситета;<br>- подготовка к решению ситуационных задач.<br>- подготовка и написание контрольной работы |

## 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

### Примеры заданий к контрольной работе:

1. Охарактеризуйте данных посредников по следующим признакам: «от чьего имени ведется торговля»; «кому принадлежит право собственности на товар»; «за чей счет ведется торговля». Ответ оформите в виде таблицы:

| Вид посредника | Признак                        |                             |                                                        |
|----------------|--------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------|
|                | от чьего имени ведется продажа | за чей счет ведется продажа | кому принадлежит право собственности на товара, услуги |
| Дилер          |                                |                             |                                                        |
| Дистрибьютор   |                                |                             |                                                        |
| Комиссионер    |                                |                             |                                                        |
| Брокер         |                                |                             |                                                        |
| Агент          |                                |                             |                                                        |

2. Выберите посредника. Для оценки посредников (1,2,3,4) использованы следующие критерии:

| Критерий   | Оценка поставщиков по данному критерию |             |             |             |
|------------|----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
|            | Посредник 1                            | Посредник 2 | Посредник 3 | Посредник 4 |
| цена       | 8                                      | 4           | 9           | 2           |
| качество   | 5                                      | 8           | 2           | 4           |
| надежность | 3                                      | 4           | 5           | 1           |

Критерии имеют различные весовые коэффициенты: - цена 0,5 - качество 0,2 48 - надежность поставки 0,3

Какому посреднику следует отдать предпочтение при заключении договора?

### Пример ситуационной задачи:

Ресторан «Morf» - заведение среднего класса, предлагающее европейскую кухню. Ресторан существует уже 5 лет и имеет стабильный поток посетителей. Однако, руководство хочет вывести ресторан на новый уровень и сделать его «любимым» местом для гостей, куда они будут возвращаться. Ресторан имеет ряд проблем: недостаточно эффективная технология продаж, плохая узнаваемость бренда, слабая лояльность гостей.

Задание. Предложите систему управления продажами и создайте новую маркетинговую стратегию для удержания постоянных гостей в ресторан «Morf».

### Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (написание контрольной работы/эссе/расчетно-аналитической работы/домашнего творческого задания/проектной работы, аудиторных и домашних заданий, подготовка докладов и участие в обсуждениях на практических занятиях), оценки итоговых знаний (по результатам зачета/экзамена) и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

| №п<br>/п | Вид отчетности                                                                                                                                      | Баллы      |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1.       | Работа в семестре,<br>в том числе контрольная рабо-<br>та/эссе/расчетно-аналитическая рабо-<br>та/домашнее творческое зада-<br>ние/проектная работа | 40<br>10   |
| 2.       | Зачет/экзамен                                                                                                                                       | 60         |
|          | <b>Итого:</b>                                                                                                                                       | <b>100</b> |

| Критерий оценки                                                | Баллы | Методика оценки                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Посещение аудиторных занятий                                   | 5     | Математический расчет<br>$Оц = Кз \times Пз$<br>$5 \text{ баллов} = 34 \times 0,15$<br>Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество баллов за занятие, посещаемое студентом |
| Активность при проведении аудиторных занятий                   | 5     | Доклад, презентация – 10 баллов<br>Информационное сообщение – 1 баллов<br>Участие в обсуждении – 2 балла<br>Краткое выступление – 2 балл                                                                                |
| Активность при проведении внеаудиторной работы                 | 10    | Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Университета - 10 баллов                                                                                   |
| Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя | 10    | Выполнение контрольной работы/эссе/расчетно-аналитической работы/домашнего творческого задания/проектной работы – 10 баллов                                                                                             |

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной экзаменационной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре — максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации — максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- решение тестов, индивидуальных заданий и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;

- выполнение контрольной работы/эссе/расчетно-аналитической работы/домашнего творческого задания/проектной работы и обсуждение результатов.

Вторая составляющая оценивает ответ на зачете или экзамене и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на зачете/экзамене оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от сложности. Например, первый теоретический вопрос максимально оценивается в 15 баллов, второй теоретический вопрос оценивается в 15 баллов, третье задание по формированию умения применять теоретические знания для анализа реальности – 30 баллов.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;
- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно» («зачтено»);
- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо» («зачтено»);
- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным на «отлично» («зачтено»).

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам экзамена— 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к экзамену с оценкой 0 баллов, то при безупречном качестве сдачи экзамена он может получить итоговую оценку по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществлены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

### 7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

### 7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

**Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемых дисциплиной**

| Наименование компетенции                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Наименование индикаторов достижения компетенции                                                                                                                         | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции                                                                                                                                                                                                                          | Типовые контрольные задание                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПКП-1 Способен осуществлять контроль деятельность служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса, проводить оценку эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса, в том числе на основе международных стандартов управленческой отчетности. | 1. Демонстрирует знания ключевых показателей управленческого учета и оценки эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса. | Знать: ключевые показатели управленческого учета и оценки эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.<br>Уметь: рассчитывать показатели управленческого учета и оценки эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса. | Задание 1. Политические и экономические факторы относятся:<br>а) к макросреде;<br>б) к микросреде;<br>в) к деловой среде.<br>Задание 2. Микросреда управления продажами включает:<br>а) внутреннюю среду компании;<br>б) среду дальнего окружения компании;<br>в) среду непосредственного окружения компании.                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 2. Демонстрирует навыки разработки ключевых показателей эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.                     | Знать: разработки ключевых показателей эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса (KPI).<br>Уметь: применять ключевые показатели эффективности деятельности служб                                                                                                  | Задание 1. Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке?<br>а) Клиенты, свой продукт, конкуренты.<br>б) Сегментация рынка, SWOT-анализ, ABC анализ.<br>в) Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.<br>Задание 2. Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следу- |

|  |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | са (KPI), организации и контроля деятельности сотрудников служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса с применением эффективных форм и методов контроля бизнес-процессов.                 | и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса (KPI).                                                                                                                                                                                                   | ющий фактор:<br>а) Цена.<br>б) Соотношение цены и качества.<br>в) Соотношение выгод и затрат.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|  | 3. Применяет техники количественного, факторного и системного анализа ключевых показателей эффективности работы служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса различных форм собственности. | Знать: техники количественного, факторного и системного анализа ключевых показателей эффективности работы служб и отделов.<br>Уметь: применять техники количественного, факторного и системного анализа ключевых показателей эффективности работы служб и отделов. | Задание 1. Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации?<br>а) Умение парировать агрессивные высказывания.<br>б) Сострадание и совестливость.<br>в) Невозмутимость и понимание состояния клиента.<br>Задание 2. Работа по возвращению клиентов – это:<br>а) Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.<br>б) Умение приносить извинения за некачественную работу компании.<br>в) Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой. |
|  | 4. Владеет методиками стратегического и оперативного анализа и оценки эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/комплекс а, в том числе на основе международ-                       | Знать: методиками стратегического и оперативного анализа и оценки эффективности деятельности служб и отделов.<br>Уметь: применять методиками стратегического и оперативного анализа и оценки эффективности деятельности служб и отделов.                           | Задание 1. Структура предпочтений по форматам, кухням, брендам операторов точек общепита.<br>Задание 2. Тестирование конкретных решений в общепите.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ных стандартов управленческой отчетности.                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| ПКП-4 Способен к взаимодействию с потребителями, партнерами, собственниками бизнеса, а также с другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий, корпоративных стандартов сервиса, регламентов и протоколов обслуживания. | 1. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления. | Знать: навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления.<br>Уметь: применять навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими заинтересованными сторонами в целях достижения целей стратегического и оперативного управления в сфере общественного питания. | Задание 1. Влияние рыночной среды на управление продажами проявляется в формах.<br>а) предоставляет благоприятные условия;<br>б) создаст определенные угрозы;<br>в) не оказывает никакого влияния.<br>Задание 2. Рыночная среда как двухуровневая система включает:<br>а) внутреннюю среду;<br>б) макросреду;<br>в) микросреду.                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2. Владеет навыками разработки и внедрения корпоративных стандартов, регламентов и протоколов обслуживания в деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.                                        | Знать: основные способы разработки и внедрения корпоративных стандартов и регламентов процессов обслуживания в деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.<br>Уметь: выбирать подходящий для ситуации способ обслуживания в деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.                                                                                                                                                | Задание 1. Проведите маркетинговое исследование для предприятия общественного питания – ресторана, кафе, столовой: Дизайн исследования посетителей ресторана, кафе, столовой.<br>Задание 2. Оценка удовлетворенности спроса на услуги ресторана, кафе, столовой: удовлетворенность текущим предложением общественного питания в исследуемой локации; средние оценки параметров текущего предложения общественного питания. |

|  |                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                     |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 3. Демонстрирует навыки работы с профессиональным программным обеспечением и CRM-системами, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями. | Знать: основные профессиональные программные обеспечения.<br>Уметь: применять навыки работы с профессиональным программным обеспечением, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями. | Задание 1. Факторы выбора места питания в целевой аудитории (целевой локации).<br>Задание 2. Причины отказа от посещения ресторана, кафе, столовой. |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### **Примерный перечень вопросов к зачету в устной форме:**

1. Сущность дисциплины «Технологии продаж в сфере общественного питания».
2. Торговые посредники: основные виды, целевая ориентация, предварительные стратегические аспекты формирования каналов в сфере общественного питания.
3. Дизайн канала распределения.
4. Общий алгоритм дизайна канала.
5. Структура «проблемы — цели — задачи».
6. Альтернативные структуры канала: формирование, оценка, выбор оптимальной структуры.
7. Сущность и проблематика управления продаж.
8. Договорная политика предприятия в сфере продаж.
9. Ассортиментная политика в сфере продаж.
10. Ценовая политика и система скидок.
11. Разработка программ стимулирования продаж.
12. Оценка эффективности работы посредников.
13. Сети в сфере общественного питания, и частные торговые марки.
14. Классификация частных торговых марок.
15. Становление и развитие частных торговых марок сетей в сфере общественного питания.
16. Брендинг частной торговой марки.
17. Особенности развития частных торговых марок розничных сетей в сфере общественного питания.
18. Управление маркетингом в системе управления предприятия сферы общественного питания
19. Концептуальные модели управления маркетингом.
20. Типы организационных структур управления маркетингом.
21. Особенности инновационного маркетинга.

22. Система продаж в стратегии продвижения предприятия сферы общественного питания.
23. Средства продвижения.
24. Факторы формирования системы продвижения.
25. Формирование стратегии развития ресторана.

### Пример билета для сдачи зачета

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»  
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»  
 Дисциплина «Технологии продаж в сфере общественного питания»  
 Филиал Ярославский Форма обучения очная  
 Семестр 6 Направление 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Гостиничный бизнес»

#### БИЛЕТ ДЛЯ СДАЧИ ЗАЧЕТА № 1

| №<br>п/п | Вопросы билета                    | Максимальный<br>балл |
|----------|-----------------------------------|----------------------|
| 1        | Теоретический вопрос 1.           | 15 баллов            |
| 2        | Теоретический вопрос 2.           | 15 баллов            |
| 3        | Практико-ориентированное задание. | 30 баллов            |

Подготовил

Фамилия И. О.

Утверждаю:

Заведующий кафедрой  
«Менеджмент и общегу-  
манитарные науки»

Фамилия И. О.

Дата xx.xx.20xx г.

### 7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов

Приказ от 01 октября 2024 года №2187/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования в Финансовом университете», размещенный по ссылке:  
[https://www.fa.ru/upload/iblock/845/yqw4vi0gi21glvu9775bfm4rz6p19b0z/Prikaz-2187\\_o-ot-01.10.2024.pdf](https://www.fa.ru/upload/iblock/845/yqw4vi0gi21glvu9775bfm4rz6p19b0z/Prikaz-2187_o-ot-01.10.2024.pdf)

### 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

#### Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в посл. ред. ФЗ) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант Плюс.

2. Федеральный закон от 29 июня 2015 г. № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант Плюс.

3. Федеральный закон от 4 мая 2011 г. № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант Плюс.

4. Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» № 29-ФЗ от 2 января 2000 г. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант Плюс.

5. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

6. Межгосударственный стандарт ГОСТ 31984-2012 «Услуги общественного питания. Общие требования» ( дата введения - 1 января 2015 г.) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант Плюс.

7. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 50763-2007 «Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Консультант Плюс.

#### **Основная литература:**

9. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15237-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561624>.

10. Гареев, Р. Р. Организация работы службы питания гостиничных предприятий: учебное пособие / Р. Р. Гареев, А. Ф. Павлюченков. — М.: КноРус, 2022. — 220 с. — (Бакалавриат). — ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/942805>. — Текст: электронный.

11. Николенко, П. Г. Техническое оснащение гостиничных и ресторанных комплексов : учебник для вузов / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, А. Е. Фролова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 751 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14187-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567581>.

#### **Дополнительная литература:**

12. Пасько, О. В. Проектирование предприятий общественного питания. Доготовочные цеха и торговые помещения : учебник для вузов / О. В. Пасько, О. В. Автюхова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07510-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562517>.

13. Николенко, П. Г. Бухгалтерский учет в организациях общественного питания : учебник и практикум для вузов / П. Г. Николенко, А. М. Терехов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 426 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15737-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566230>.

14. Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг в общественном питании : учебник для вузов / С. Б. Жабина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 258 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18828-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/563740>.

15. Зуб, А. Т. Принятие управленческих решений : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 332 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06006-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560403>.

16. Бусов, В. И. Управленческие решения : учебник для вузов / В. И. Бусов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 201 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21649-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/581866>.

#### **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. URL: <http://www.garant.ru/> – информационно-правовой портал «Гарант».

2. Научная электронная библиотека eLibrary.ru  
<https://elibrary.ru/defaultx.asp>

3. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ)  
<https://library.fa.ru/>

4. Библиотечно-информационный комплекс Финуниверситета (электронная библиотека, ресурсы на русском языке):  
[http://www.library.fa.ru/res\\_mainres.asp?cat=rus](http://www.library.fa.ru/res_mainres.asp?cat=rus)

#### **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

| Наименование методических материалов для обучающихся                                                                                                                                                                        | Год утверждения | Местонахождение материала (ссылка на сайт филиала)                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Сальников А. М. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы по дисциплине «Технологии продаж в сфере общественного питания» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело» | 2025            | <a href="https://cloud.mail.ru/public/7Wk4/4cYeHjVof">https://cloud.mail.ru/public/7Wk4/4cYeHjVof</a> |
| Сальников А. М. Методические указания по самостоятельной работе по дисциплине «Технологии продаж в сфере общественного питания» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»            | 2025            |                                                                                                       |

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**

### **11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения**

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус Kaspersky.

### **11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

### **11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Не используются

### **11.4. Доступ к электронным библиотечным системам**

При освоении дисциплины каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечивается индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде Финансового университета. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории филиала, так и вне ее.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

**Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащённая оборудованием и техническими средствами обучения**

Специализированная мебель:

Стол студенческий двухместный— 12 шт

Стулья студенческие— 24 шт

Стол (учительский) – 2 шт.

Стул (учительский) — 1 шт.

Доска (меловая) — 1 шт.

Трибуна напольная – 1 шт.

Технические средства обучения:

Интерактивная панель со встроенным компьютером - 1 шт.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа к электронной информационно-образовательной среде Финансового университета

### **Помещение для самостоятельной работы**

Читальный зал библиотеки

Специализированная мебель:

Стол студенческий одноместный – 10 шт.

Стулья – 10 шт.

Кресла – 7 шт.

Стол большой – 1 шт.

Диван – 1 шт.

Кресла мягкие – 7 шт.

Пуфы – 6 шт.

Технические средства обучения:

Интерактивная панель со встроенными колонками - 1 шт.

Компьютер ученика — 11 шт.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Финансового университета

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

– в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.