

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

Ярославский филиал Финуниверситета

Кафедра «Менеджмент и общегуманитарные науки»

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

ВРИО Директора
МУЗ «Санаторий «Ясные зори»

Директор Ярославского
филиала Финуниверситета



О. Н. Карулина

«11» июня 2026 года



В. А. Кваша

«16» июня 2026 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Направление подготовки: 43.03.03 «Гостиничное дело»

Профиль: «Гостиничный бизнес»

Автор: А. М. Сальников

*Одобрено на заседании кафедры «Менеджмент и общегуманитарные науки»
Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 11 от 05.06.2026)*

Ярославль, 2026

1. Наименование дисциплины

Дисциплина «Технологии продаж в сфере общественного питания» имеет порядковый номер Б.1.2.2.2.1.3 в структуре основной образовательной программы по направлению бакалавриата 43.03.03 «Гостиничное дело», профиль «Гостиничный бизнес» для очной формы обучения.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами усвоения образовательной программы

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. 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). 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	Знать: техники количественного, факторного и системного анализа ключевых показателей эффективности работы служб и отделов. Уметь: применять техники количественного, факторного и системного анализа ключевых

		предприятия/гостиничного комплекса различных форм собственности.	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. 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. 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. Уметь: выбирать подходящий для ситуации способ обслуживания в деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.
		3. Демонстрирует навыки работы с профессиональным	Знать: основные профессиональные программные обеспечения.

		программным обеспечением и CRM-системами, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями.	Уметь: применять навыки работы с профессиональным программным обеспечением, в том числе в целях построения долгосрочных взаимоотношений с потребителями.
--	--	--	--

3. 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

4. Нормативно-правовые документы, определяющие процедуру оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации студентов

Процедура оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся регулируется соответствующими локальными нормативными актами Финансового университета и филиала, регламентирующими порядок организации и проведения контроля уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций у обучающихся.

5. Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенций

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКП-1 Способен осуществлять контроль деятельность служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса, проводить	1. Демонстрирует знания ключевых показателей управленческого учета и оценки эффективности и деятельности служб и отделов гостиничного	Знать: ключевые показатели управленческого учета и оценки эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса. Уметь: рассчитывать показатели	Задание 1. Политические и экономические факторы относятся: а) к макросреде; б) к микросреде; в) к деловой среде. Задание 2. Микросреда управления продажами включает: а) внутреннюю среду компании; б) среду дальнего окружения компании;

оценку эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса, в том числе на основе международных стандартов управленческой отчетности.	предприятия/гостиничного комплекса.	управленческого учета и оценки эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса.	в) среду непосредственного окружения компании.
	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). Уметь: применять ключевые показатели эффективности деятельности служб и отделов гостиничного предприятия/гостиничного комплекса (KPI).	Задание 1. Что наиболее важно менеджеру по продажам при анализе ситуации на рынке? а) Клиенты, свой продукт, конкуренты. б) Сегментация рынка, SWOT-анализ, ABC анализ. в) Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность. Задание 2. Когда клиент оценивает предлагаемый продукт, решающее значение имеет следующий фактор: а) Цена. б) Соотношение цены и качества. в) Соотношение выгод и затрат.
	3. Применяет техники количественного, факторного и системного анализа ключевых показателей эффективности работы служб и отделов гостиничного	Знать: техники количественного, факторного и системного анализа ключевых показателей эффективности работы служб и отделов. Уметь: применять техники количественного, факторного и	Задание 1. Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации? а) Умение парировать агрессивные высказывания. б) Сострадание и совестьливость. в) Невозмутимость и понимание состояния клиента. Задание 2. Работа по возвращению клиентов – это: а) Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы

	предприятия/гостиничного комплекса различных форм собственности.	системного анализа ключевых показателей эффективности работы служб и отделов.	его ухода/снижения активности. б) Умение приносить извинения за некачественную работу компании. 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/комплекса, в том числе на основе международных стандартов управленческой отчетности.	Знать: методиками стратегического и оперативного анализа и оценки эффективности деятельности служб и отделов. 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. Задание 2. Тестирование конкретных решений в общепите.
ПКП-4 Способен к взаимодействию с потребителями, партнерами, собственникам и бизнеса, а также с другими заинтересованными сторонами, в том числе с использованием информационных технологий, корпоративных стандартов сервиса,	1. Демонстрирует навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственникам и 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. Уметь: применять навыки построения эффективных коммуникаций с потребителями, партнерами и собственниками бизнеса, а также другими	Задание 1. Влияние рыночной среды на управление продажами проявляется в формах. а) предоставляет благоприятные условия; б) создаст определенные угрозы; в) не оказывает никакого влияния. Задание 2. Рыночная среда как двухуровневая система включает: а) внутреннюю среду; б) макросреду; в) микросреду.

регламентов и протоколов обслуживания.		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 деятельность 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. 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. 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. 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). Задание 2. Причины отказа от посещения ресторана, кафе, столовой.

6. Материалы для промежуточной аттестации

6.1 Примерный перечень вопросов для зачета

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.

6.2. Пример экзаменационного билета/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

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный 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
общегуманитарные
науки»

Фамилия И. О.

Дата xx.xx.20xx г.

7. Формы внеаудиторной самостоятельной работы студентов, предусмотренные учебным планом

7.1 Выполнение формы текущего контроля

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 продажи	за чей счет ведется продажи	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?

7.2. Рекомендуемые источники информации:

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>.