

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:

ФИО: Ашмарина Светлана Игоревна

Должность: Ректор ФГБОУ ВО «Самарский государственный **высшего образования**

Дата подписания: 03.02.2021 09:53:21

Уникальный программный ключ:

59650034d6e3a6baac49b7bd0f8e79fea1433ff3e82f1fc7e9279a031181baba

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт** экономики предприятий  
**Кафедра** Коммерции, сервиса и туризма

**УТВЕРЖДЕНО**  
Ученым советом Университета  
(протокол № 10 от 29 апреля 2020 г.)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

<b>Наименование дисциплины</b>	Б1.В.02.01 Современные технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг
<b>Основная профессиональная образовательная программа</b>	43.03.01 Сервис программа Сервис в гостиничном и ресторанном бизнесе

Методический отдел УМУ  
« 14 » 04 20 20 г.

\_\_\_\_\_ / Киселева /

Научная библиотека СГЭУ  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Рассмотрено к утверждению  
на заседании кафедры Коммерции, сервиса и туризма

(протокол №9 от 11.03.2020г.)

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ / Д.В. Ралык /

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

## Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Современные технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Гостиничное дело, Ресторанное дело, Основы предпринимательской деятельности в сервисе, Экономика предприятий сервиса, Товароведение потребительских товаров, Теоретические основы товароведения, Статистика

Последующие дисциплины по связям компетенций: Исследования рынка гостиничных и ресторанных услуг

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Современные технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК УВ-2 - Способен контролировать и оценивать эффективность деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса и предприятий питания

<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>			
<b>Описание ИДК</b>	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
ПК УВ-2_ИДК1 Использует подходы и методы контроля деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.	ПК УВ2з1: Принципы и методы создания системы контроля работы персонала гостиничных комплексов и предприятий питания, способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам.	ПК УВ2у1: Использовать методики создания системы контроля в гостиничных комплексах и на предприятиях питания.	ПК УВ2в1: Организацией контроля функционирования системы внутреннего распорядка, исполнения персоналом принятых решений, соблюдения технических и санитарных требований, выполнения сотрудниками стандартов обслуживания и обеспечения качества услуг.
ПК УВ-2_ИДК2 Проводит оценку эффективности деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.	ПК УВ2з2: Методы оценки эффективности системы контроля деятельности департаментов гостиничного комплекса и предприятия питания. Методику оценки соответствия гостиничных комплексов и предприятий питания	ПК УВ2у2: Анализировать проблемы функционирования системы контроля, прогнозировать последствия и принимать меры по их исправлению. Организовывать	ПК УВ2в2: Определение форм и методов контроля бизнес-процессов департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания. Выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности

	принятой системе классификации.	работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса или предприятия питания действующей системе классификации или системе менеджмента качества.	деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.
<p>ПК УВ-2_ИДК3 Использует подходы и методы контроля деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p> <p>Проводит оценку эффективности деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>	<p>ПК УВ2в3: Принципы и методы создания системы контроля работы персонала гостиничных комплексов и предприятий питания, способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам.</p> <p>Методы оценки эффективности системы контроля деятельности департаментов гостиничного комплекса и предприятия питания. Методику оценки соответствия гостиничных комплексов и предприятий питания принятой системе классификации.</p>	<p>ПК УВ2у3: Использовать методики создания системы контроля в гостиничных комплексах и на предприятиях питания.</p> <p>Анализировать проблемы функционирования системы контроля, прогнозировать последствия и принимать меры по их исправлению. Организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса или предприятия питания действующей системе классификации или системе менеджмента качества.</p>	<p>ПК УВ2в3: Организацией контроля функционирования системы внутреннего распорядка, исполнения персоналом принятых решений, соблюдения технических и санитарных требований, выполнения сотрудниками стандартов обслуживания и обеспечения качества услуг.</p> <p>Определение форм и методов контроля бизнес-процессов департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания. Выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>

ПК УВ-1 - Способен осуществлять управление ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничных комплексов и предприятий питания

<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>			
<b>Описание ИДК</b>	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
ПК УВ-1_ИДК 1 Использует принципы и основные функции управления	ПК УВ1з1: Законодательство РФ, регулирующее	ПК УВ1у1: Осуществлять организацию	ПК УВ1в1: Навыками планирования

<p>ресурсами департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>	<p>деятельность гостиничных комплексов и предприятий питания. Основы организации, планирования и контроля деятельности гостиниц и предприятий питания.</p>	<p>деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>	<p>текущей деятельности департаментов гостиничного комплекса и предприятий питания, проведения оценки потребности предприятия в материальных и трудовых ресурсах.</p>
<p>ПК УВ-1_ИДК 2 Осуществляет анализ, планирование, контроль и организацию деятельности департаментов гостиничных комплексов.</p>	<p>ПК УВ1з2: Стратегические и тактические методы управления деятельностью сотрудников гостиниц и предприятий питания, включая организацию, планирование, контроль, анализ и мотивацию персонала. Основы управленческого учета в сфере гостиничного и ресторанного сервиса.</p>	<p>ПК УВ1у2: Анализировать потребности гостиничного комплекса и предприятий питания в материальных, трудовых, финансовых, организационных и иных ресурсах . Использовать современные формы развития руководящего состава и персонала, включая наставничество, делегирование, коучинг.</p>	<p>ПК УВ1в2: Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>
<p>ПК УВ-1_ИДК 3 Использует принципы и основные функции управления ресурсами департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.  Осуществляет анализ, планирование, контроль и организацию деятельности департаментов гостиничных комплексов.</p>	<p>ПК УВ1з3: Законодательство РФ, регулирующее деятельность гостиничных комплексов и предприятий питания. Основы организации, планирования и контроля деятельности гостиниц и предприятий питания.  Стратегические и тактические методы управления деятельностью сотрудников гостиниц и предприятий питания, включая организацию, планирование, контроль, анализ и мотивацию персонала. Основы</p>	<p>ПК УВ1у3: Осуществлять организацию деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.  Анализировать потребности гостиничного комплекса и предприятий питания в материальных, трудовых, финансовых, организационных и иных ресурсах. Использовать современные формы развития</p>	<p>ПК УВ1в3: Навыками планирования текущей деятельности департаментов гостиничного комплекса и предприятий питания, проведения оценки потребности предприятия в материальных и трудовых ресурсах.  Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>

	управленческого учета в сфере гостиничного и ресторанного сервиса.	руководящего состава и персонала, включая наставничество, делегирование, коучинг.	
--	--	---	--

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.	
	Сем 7	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	55.15/1.5 3	38.4/1.0 7
Занятия лекционного типа	18/0.5	18/0.5
Занятия семинарского типа	36/1	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	23.85/0.6 6	41.6/1.1 6
Промежуточная аттестация	29/0.81	28/0.78
Вид промежуточной аттестации: Экзамен, Зачет	Зач	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108	108
Зачетные единицы	3	3

#### заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.	
	Сем 7	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	13.15/0.3 7	14.4/0.4
Занятия лекционного типа	4/0.11	4/0.11
Занятия семинарского типа	8/0.22	8/0.22
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0	0.4/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	1/0.03	2/0.06
Самостоятельная работа, в том числе:	92.85/2.5 8	86.6/2.4 1
Промежуточная аттестация	2/0.06	7/0.19
Вид промежуточной аттестации: Экзамен, Зачет	Зач	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108	108
Зачетные единицы	3	3

### 4. Содержание дисциплины

#### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Современные технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР			ГКР
			Практич. занятия					
1.	Технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг на современном потребительском рынке	24	36			40	ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3  ПК УВ-2 ИДК1 ПК УВ-2 ИДК2 ПК УВ-2 ИДК3	
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных и ресторанных услуг	12	18			25.4 5	ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3  ПК УВ-2 ИДК1 ПК УВ-2 ИДК2 ПК УВ-2 ИДК3	
	Контроль	57						
	<b>Итого</b>	<b>36</b>	<b>54</b>	<b>0.5</b> <b>5</b>	<b>3</b>	<b>65.4</b> <b>5</b>		

**заочная форма**

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР			ГКР
			Практич. занятия					
1.	Технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг на современном потребительском рынке	6	12			120	ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3  ПК УВ-2 ИДК1 ПК УВ-2 ИДК2 ПК УВ-2 ИДК3	
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных и ресторанных услуг	2	4			59.45	ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3  ПК УВ-2 ИДК1 ПК УВ-2 ИДК2 ПК УВ-2 ИДК3	
	Контроль	9						
	<b>Итого</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>0.55</b>	<b>3</b>	<b>179.4</b> <b>5</b>		

## 4.2 Содержание разделов и тем

### 4.2.1 Контактная работа

#### Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг на современном потребительском рынке	лекция	Концептуальные основы продаж на рынке гостиничных и ресторанных услуг
		лекция	Особенности покупательского поведения при реализации гостиничных услуг и услуг общественного питания
		лекция	Технологии продажи гостиничных услуг
		лекция	Технологии продажи ресторанных услуг
		лекция	Управление эффективностью продаж
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных и ресторанных услуг.	лекция	Клиентская лояльность в сфере продаж услуг
		лекция	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных услуг
		лекция	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем ресторанных услуг
		лекция	Организация работы в сфере услуг с претензиями клиентов

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

#### Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг на современном потребительском рынке	практическое занятие	Концептуальные основы продаж на рынке гостиничных и ресторанных услуг
		практическое занятие	Особенности покупательского поведения при реализации гостиничных услуг и услуг общественного питания
		практическое занятие	Технологии продажи гостиничных услуг
		практическое занятие	Технологии продажи ресторанных услуг

		практическое занятие	Стандарты продаж гостиничных и ресторанных услуг и их специфика
		практическое занятие	Должностные обязанности и компетенции продавца (исполнителя) услуги
		практическое занятие	Ассортиментная политика предприятий сферы услуг и ее влияние на продажи
		практическое занятие	Управление эффективностью продаж
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных и ресторанных услуг	практическое занятие	Послепродажное обслуживание как вид услуг.
		практическое занятие	Клиентская лояльность в сфере продаж услуг
		практическое занятие	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных услуг
		практическое занятие	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем ресторанных услуг
		практическое занятие	Организация работы в сфере услуг с претензиями клиентов

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

#### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

#### 4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг на современном потребительском рынке	- подготовка доклада - тестирование
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных и ресторанных услуг	- подготовка доклада - тестирование

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

## **5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины**

### **5.1 Литература:**

#### **Основная литература**

- Коммерческая деятельность : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/432143>
- Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 188 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07278-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/437462>

#### **Дополнительная литература**

- Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебное пособие для академического бакалавриата / И. М. Лифиц. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 392 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07330-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431059>
- Милл Роберт Кристи Управление рестораном [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «Экономика и управление на предприятии (в сфере сервиса)», «Менеджмент в сфере услуг», «Управление персоналом»/ Милл Роберт Кристи— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 536 с.— Режим доступа: <http://www.bibliocomplectator.ru/book/?id=81705>.— «БИБЛИОКОМПЛЕКТАТОР», по паролю

#### **Литература для самостоятельного изучения**

1. Кузнецова, Г. В. Международная торговля товарами и услугами : учебник для бакалавриата и магистратуры / Г. В. Кузнецова, Г. В. Подбиралина. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 433 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-6564-3. <https://www.biblio-online.ru/book/ED2C3937-FA5D-4CD9-AD10-034DD0A828BD>
2. Тургунов, М. А. Продажи невидимого. Продавать услуги легко, если знать как. — СПб.: Питер, 2017. — 192 с. <https://ibooks.ru/reading.php?productid=352705>

#### **5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения**

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

#### **5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

#### **5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся**

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

#### **5.5. Специальные помещения**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

Для проведения занятий лекционного типа используются демонстрационное оборудование и учебно-наглядные пособия в виде презентационных материалов, обеспечивающих тематические иллюстрации.

## **6. Фонд оценочных средств по дисциплине Современные технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг:**

### **6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине**

<b>Вид контроля</b>	<b>Форма контроля</b>	<b>Отметить нужное знаком « + »</b>
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный опрос	+
	Тестирование	+
	Практические задачи	-
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	-
Промежуточный контроль	Зачет	+
	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГБОУ ВО СГЭУ №10

от 29.04.2020г.

**6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе**

**Профессиональные компетенции (ПК):**

ПК УВ-2 - Способен контролировать и оценивать эффективность деятельности департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса и предприятий питания

<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>				
<b>Описание ИДК</b>	<b>Уровень сформированности</b>	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
ПК УВ-2_ИДК1 Использует подходы и методы контроля деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.	Пороговый	ПК УВ2з1: Принципы и методы создания системы контроля работы персонала гостиничных комплексов и предприятий питания, способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам.	ПК УВ2у1: Использовать методики создания системы контроля в гостиничных комплексах и на предприятиях питания.	ПК УВ2в1: Организацией контроля функционирования системы внутреннего распорядка, исполнения персоналом принятых решений, соблюдения технических и санитарных требований, выполнения сотрудниками стандартов обслуживания и обеспечения качества услуг.
ПК УВ-2_ИДК2 Проводит оценку эффективности деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.	Базовый	ПК УВ2з1: Методы оценки эффективности системы контроля деятельности департаментов гостиничного комплекса и предприятия питания. Методику оценки соответствия гостиничных комплексов и предприятий питания принятой системе классификации.	ПК УВ2у1: Анализировать проблемы функционирования системы контроля, прогнозировать последствия и принимать меры по их исправлению. Организовывать работу по подтверждению соответствия гостиничного комплекса или предприятия питания действующей системе классификации или системе менеджмента качества.	ПК УВ2в1: Определение форм и методов контроля бизнес-процессов департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания. Выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.
ПК УВ-	Повышенный	ПК УВ2з2: Принципы и	ПК УВ2у2:	ПК УВ2в3:

<p>2_ИДК3</p> <p>Использует подходы и методы контроля деятельности и департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p> <p>Проводит оценку эффективности деятельности и департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>		<p>методы создания системы контроля работы персонала гостиничных комплексов и предприятий питания, способы оценки соответствия качества выполняемых работ разработанным на предприятии регламентам и стандартам.</p> <p>Методы оценки эффективности системы контроля деятельности департаментов гостиничного комплекса и предприятия питания. Методику оценки соответствия гостиничных комплексов и предприятий питания принятой системе классификации.</p>	<p>Использовать методики создания системы контроля в гостиничных комплексах и на предприятиях питания.</p> <p>Анализировать проблемы функционирования системы контроля, прогнозировать последствия и принимать меры по их исправлению. Организовывать работы по подтверждению соответствия гостиничного комплекса или предприятия питания действующей системе классификации или системе менеджмента качества.</p>	<p>Организацией контроля функционирования системы внутреннего распорядка, исполнения персоналом принятых решений, соблюдения технических и санитарных требований, выполнения сотрудниками стандартов обслуживания и обеспечения качества услуг.</p> <p>Определение форм и методов контроля бизнес-процессов департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания. Выявление проблем в системе контроля и определение уровня эффективности деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>
--	--	---	---	--

ПК УВ-1 - Способен осуществлять управление ресурсами департаментов (служб, отделов) гостиничных комплексов и предприятий питания

<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>				
<b>Описание ИДК</b>	<b>Уровень сформированности</b>	<b>Знать</b>	<b>Уметь</b>	<b>Владеть</b>
<p>ПК УВ-1_ИДК1</p> <p>Использует принципы и основные функции управления ресурсами департаментов гостиничных комплексов и предприятия</p>	<p>Пороговый</p>	<p>ПК УВ1з1: Законодательство РФ, регулирующее деятельность гостиничных комплексов и предприятий питания. Основы организации, планирования и контроля деятельности гостиниц и предприятий питания.</p>	<p>ПК УВ1у1: Осуществлять организацию деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>	<p>ПК УВ1в3: Навыками планирования текущей деятельности департаментов гостиничного комплекса и предприятий питания, проведения оценки потребности предприятия в материальных и трудовых ресурсах.</p>

й питания.				
<p>ПК УВ-1_ИДК2</p> <p>Осуществляет анализ, планирование, контроль и организацию деятельности и департаментов гостиничных комплексов.</p>	<p>Базовый</p>	<p>ПК УВ1з1: Стратегические и тактические методы управления деятельностью сотрудников гостиниц и предприятий питания, включая организацию, планирование, контроль, анализ и мотивацию персонала. Основы управленческого учета в сфере гостиничного и ресторанного сервиса.</p>	<p>ПК УВ1у1: Анализировать потребности гостиничного комплекса и предприятий питания в материальных, трудовых, финансовых, организационных и иных ресурсах . Использовать современные формы развития руководящего состава и персонала, включая наставничество, делегирование, коучинг.</p>	<p>ПК УВ1в3: Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>
<p>ПК УВ-1_ИДК3</p> <p>Использует принципы и основные функции управления ресурсами департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p> <p>Осуществляет анализ, планирование, контроль и организацию деятельности и департаментов гостиничных</p>	<p>Повышенный</p>	<p>ПК УВ1з2: Законодательство РФ, регулирующее деятельность гостиничных комплексов и предприятий питания. Основы организации, планирования и контроля деятельности гостиниц и предприятий питания.</p> <p>Стратегические и тактические методы управления деятельностью сотрудников гостиниц и предприятий питания, включая организацию, планирование, контроль, анализ и мотивацию персонала. Основы управленческого учета в сфере гостиничного и ресторанного сервиса.</p>	<p>ПК УВ1у2: Осуществлять организацию деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p> <p>Анализировать потребности гостиничного комплекса и предприятий питания в материальных, трудовых, финансовых, организационных и иных ресурсах . Использовать современные формы развития руководящего состава и персонала, включая наставничество, делегирование,</p>	<p>ПК УВ1в2: Навыками планирования текущей деятельности департаментов гостиничного комплекса и предприятий питания, проведения оценки потребности предприятия в материальных и трудовых ресурсах.</p> <p>Формирование системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов деятельности департаментов гостиничных комплексов и предприятий питания.</p>

комплексов.			коучинг.	
-------------	--	--	----------	--

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг на современном потребительском рынке	ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3  ПК УВ-2 ИДК1 ПК УВ-2 ИДК2 ПК УВ-2 ИДК3	Устный опрос, тестирование, доклад	Зачет, экзамен
2.	Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных и ресторанных услуг	ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-1 ИДК3  ПК УВ-2 ИДК1 ПК УВ-2 ИДК2 ПК УВ-2 ИДК3	Устный опрос, тестирование, доклад	Экзамен

### 6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

#### Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг на современном потребительском рынке	<p>Активные продажи профессиональных услуг</p> <p>Мониторинг рынка услуг и его роль в продажах (на примере различных услуг)</p> <p>Телефонные продажи (телемаркетинг)</p> <p>Реклама услуг и ее особенности</p> <p>Оценка удовлетворенности клиента приобретенными услугами</p> <p>Мотивы потребления услуг.</p> <p>Методики исследования потребительского поведения.</p> <p>Факторы потребительского поведения.</p> <p>Технология продаж SPIN (СПИН)</p> <p>Модель переговоров по технике продаж «КЛИН»</p> <p>Ассортиментная политика предприятий сферы услуг и ее влияние на продажи</p> <p>Модели поведения потребителей на рынке услуг.</p> <p>Оценка эффективности продаж профессиональных услуг</p> <p>Должностные обязанности и права менеджера по продаже различных видов услуг. Требования к должности</p> <p>Этапы принятия решения о покупке услуги и их особенности</p> <p>Методы стимулирования продаж услуг</p> <p>Методы взаимодействия с клиентами в сфере услуг</p> <p>Ответственность продавца при оказании услуг</p> <p>Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж услуг и пути преодоления</p>

	<p>Принципы качественного обслуживания клиента при оказании профессиональных услуг</p> <p>Экстерьер и интерьер предприятий сферы услуг как элемент влияния на имидж предприятия</p>
<p>Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных и ресторанных услуг</p>	<p>Организация работы в сфере услуг с претензиями клиентов</p> <p>Послепродажное обслуживание как вид услуг.</p> <p>Стандарты продаж (обслуживания) и их основное содержание</p> <p>Виды послепродажного обслуживания.</p> <p>Типы клиентской лояльности.</p> <p>Принципы эффективного управления лояльностью.</p> <p>Способы формирования клиентской лояльности.</p>

### Вопросы для устного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
<p>Технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг на современном потребительском рынке</p>	<p>Технологии продаж и их роль в развитии предприятий на рынке гостиничных и ресторанных услуг</p> <p>Типы покупателей и особенности работы с ними в процессе продаж.</p> <p>Этапы продаж: специфика каждого этапа и особенности в аспекте управления.</p> <p>Установление контакта с потребителем. Контактная зона сервисного предприятия и ее роль в продажах.</p> <p>Сбор информации, разведка потребностей</p> <p>Техника составления вопросов</p> <p>Предложение товара/услуги. Техника «СВУ» «СВВ».</p> <p>Работа с возражениями клиентов.</p> <p>Завершение продажи.</p> <p>Правила прохождения этапов продаж.</p> <p>Техники продаж гостиничных услуг</p> <p>Техники продаж ресторанных услуг</p> <p>Воронка продаж и способы управления ею</p> <p>Концепция маркетинга и ориентация на потребителя, удовлетворение их запросов</p> <p>Активные и пассивные продажи профессиональных услуг</p> <p>Корпоративная книга продаж.</p> <p>Мониторинг рынка услуг и его роль в продажах</p> <p>Телефонные продажи (телемаркетинг)</p> <p>Реклама услуг и ее особенности</p> <p>Мотивы потребления услуг.</p> <p>Методики исследования потребительского поведения.</p> <p>Факторы потребительского поведения.</p> <p>Технология продаж SPIN (СПИН)</p> <p>Модель переговоров по технике продаж «КЛИН»</p> <p>Ассортиментная политика предприятий сферы услуг и ее влияние на продажи</p> <p>Модели поведения потребителей на рынке услуг.</p> <p>Оценка эффективности продаж профессиональных услуг</p> <p>Должностные обязанности и права менеджера по продаже различных видов услуг. Требования к должности</p> <p>Этапы принятия решения о покупке услуги и их особенности</p> <p>Методы стимулирования продаж услуг</p> <p>Методы взаимодействия с клиентами в сфере услуг</p> <p>Ответственность продавца при оказании услуг</p>

	<p>Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж услуг и пути преодоления</p> <p>Принципы качественного обслуживания клиента при оказании профессиональных услуг</p> <p>Экстерьер и интерьер предприятий сферы услуг как элемент влияния на имидж предприятия</p> <p>Анализ клиентской базы</p> <p>Сбор информации и показатели работы по продажам (количественные и качественные)</p> <p>Основные требования к системе мотивации продаж</p> <p>Принципы сотрудничества менеджеров, система оплаты и поиск новых клиентов в системе мотивации продаж</p> <p>Информационные технологии в системе продаж гостиничных и ресторанных услуг</p> <p>Оперативное управление продажами</p>
<p>Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных и ресторанных услуг</p>	<p>Оценка удовлетворенности клиента приобретенными услугами</p> <p>Управление взаимоотношениями с потребителями в индустрии гостеприимства</p> <p>Организация работы в сфере услуг с претензиями клиентов</p> <p>Послепродажное обслуживание как вид услуг.</p> <p>Стандарты продаж (обслуживания) и их основное содержание</p> <p>Виды послепродажного обслуживания.</p> <p>Типы клиентской лояльности.</p> <p>Принципы эффективного управления лояльностью.</p> <p>Способы формирования клиентской лояльности.</p>

**Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>**

Назовите пять этапов продаж профессиональных услуг:

-установление контакта; выявление потребностей; презентация услуги; работа с возражениями; завершение продажи

-установление контакта; презентация услуги; выявление потребностей; работа с возражением; завершение продажи

-установление контакта; выявление потребностей; работа с возражением; презентация услуги; завершение продажи

Первое впечатление у клиента о продавце формируется за

-60-18 секунд

-1-2 минуты

-5-15 секунд

-3-5 минут

Негативное впечатление от первого контакта у клиента создают (выберите несколько)

-скрещенные руки продавца

-невнятная речь продавца

-оригинальная обстановка офиса продаж

-стильный внешний вид менеджера по продажам

Самая высокая степень неопределенности деловой среды имеет место

- в сложной и нестабильной среде
- только в сложной среде
- в стабильной среде
- в простой среде

Какие стадии развития проходит менеджмент продаж услуг как система (выберите несколько)

- предпринимательскую
- зрелости
- развитой корпоративной практики;
- алгоритмизации процесса продаж.

В каких функциях раскрывается сущность менеджмента продаж услуг

- планирование и организация продаж
- мотивация и контроль продаж
- формирование клиентской базы

Построение службы продаж услуг относится к функции

- планирования
- организации
- руководства
- контроля

Анализ спроса на услуги относится к функции

- планирования
- организации
- руководства
- контроля

Отслеживание объема продаж услуг относится к функции

- планирования
- организации
- руководства
- контроля

Принятие решения о назначении индивидуальной скидки на покупку услуги конкретному покупателю относится к функции

- планирования
- организации
- руководства
- контроля

Оценочный подход как этап цикла продаж услуг направлен на определение:

- перспективной потребности клиента
- текущей потребности клиента
- неудовлетворенной потребности клиента
- скрытой потребности клиента

Реакция покупателя на предложение услуги, демонстрирующая осведомленность об услуге характерна для уровня воздействия

- познавательного
- эмоционального
- поведенческого
- развлекательного

Реакция покупателя на предложение услуги, демонстрирующая готовность совершить покупку услуги характерна для уровня воздействия

- познавательного

- эмоционального
- поведенческого
- развлекательного

Реакция покупателя на предложение услуги, демонстрирующая предпочтение в приобретении услуги характерна для уровня воздействия

- познавательного
- эмоционального
- поведенческого
- развлекательного

Стратегия «проталкивания» в продвижении услуг направлена на

- посредников
- потребителей
- официальных представителей
- потенциальных покупателей

Стратегия «притягивания» в продвижении услуг делает ставку на привлечение

- посредников
- конечных потребителей
- официальных представителей
- партнеров

К этапам жизненного цикла клиентов в компании относят (укажите несколько)

- осведомленность
- лояльность
- уход
- отказ от покупки

Управление взаимоотношениями с клиентами осуществляется последующим направлениям (укажите несколько)

- регистрация потребителей
- поиск потенциальных потребителей
- привлечение и удержание потребителей
- оценка процессов оказания услуги

К типичным ошибкам неудачных продаж услуг относят ситуации, когда продавец... (выберите несколько)

- прерывает покупателя на полуслове
- начинает спорить с покупателем
- не знает качественных характеристик услуги
- попытка выяснить индивидуальные потребности клиента
- предложение покупателю услуги заполнить анкету с характеристиками требуемой услуги

Формирование организационной культуры продаж услуг преследует цели

- снижение нормы прибыли
- расширение взаимоотношений с клиентами
- оптимизация клиентской базы
- мотивации сотрудников

Выгодная цена не всегда является для клиента основным критерием в процессе принятия решения о сделке по причине:

- клиент не умеет считать свои деньги
- запрос клиента предполагает удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств
- клиент пытается манипулировать

Наиболее удачным ответом менеджера по продажам в ситуации, когда клиент указывает ему на преимущества конкурента, будет:

- вы не правы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно
- давайте обсудим все преимущества наших конкурентов
- да, у наших коллег есть свои преимущества, а у нас – свои. Давайте поговорим о наших

Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: «Ваши цены слишком высоки для нас»?

- да, у нас дорого
- да, вы правы, наши цены довольно высоки, причем это напрямую связано с высоким качеством нашей продукции
- ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов

Ключевой клиент – это:

- такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж
- представители крупных предприятий
- партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет

Работа по возвращению клиентов – это:

- умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности
- умение приносить извинения за некачественную работу компании.
- умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой

## 6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

### Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг на современном потребительском рынке	Технологии продаж и их роль в развитии предприятий на рынке гостиничных и ресторанных услуг Типы покупателей и особенности работы с ними в процессе продаж. Этапы продаж: специфика каждого этапа и особенности в аспекте управления. Установление контакта с потребителем. Контактная зона сервисного предприятия и ее роль в продажах. Сбор информации, разведка потребностей Техника составления вопросов Предложение товара/услуги. Техника «СВУ» «СВВ». Работа с возражениями клиентов. Завершение продажи. Правила прохождения этапов продаж. Техники продаж гостиничных услуг Техники продаж ресторанных услуг Воронка продаж и способы управления ею Концепция маркетинга и ориентация на потребителя, удовлетворение их запросов Активные и пассивные продажи профессиональных услуг Корпоративная книга продаж. Мониторинг рынка услуг и его роль в продажах

	<p>Телефонные продажи (телемаркетинг)  Реклама услуг и ее особенности  Мотивы потребления услуг.  Методики исследования потребительского поведения.  Факторы потребительского поведения.  Технология продаж SPIN (СПИН)  Модель переговоров по технике продаж «КЛИН»  Ассортиментная политика предприятий сферы услуг и ее влияние на продажи  Модели поведения потребителей на рынке услуг.  Оценка эффективности продаж профессиональных услуг  Должностные обязанности и права менеджера по продаже различных видов услуг. Требования к должности  Этапы принятия решения о покупке услуги и их особенности  Методы стимулирования продаж услуг  Методы взаимодействия с клиентами в сфере услуг  Ответственность продавца при оказании услуг  Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж услуг и пути преодоления</p>
<p>Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных и ресторанных услуг</p>	<p>Изучается во втором семестре</p>

#### Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
<p>Технологии продажи гостиничных и ресторанных услуг на современном потребительском рынке</p>	<p>Технологии продаж и их роль в развитии предприятий на рынке гостиничных и ресторанных услуг  Типы покупателей и особенности работы с ними в процессе продаж.  Этапы продаж: специфика каждого этапа и особенности в аспекте управления.  Установление контакта с потребителем. Контактная зона сервисного предприятия и ее роль в продажах.  Сбор информации, разведка потребностей  Техника составления вопросов  Предложение товара/услуги. Техника «СВУ» «СВВ».  Работа с возражениями клиентов.  Завершение продажи.  Правила прохождения этапов продаж.  Техники продаж гостиничных услуг  Техники продаж ресторанных услуг  Воронка продаж и способы управления ею  Концепция маркетинга и ориентация на потребителя, удовлетворение их запросов  Активные и пассивные продажи профессиональных услуг  Корпоративная книга продаж.  Мониторинг рынка услуг и его роль в продажах  Телефонные продажи (телемаркетинг)  Реклама услуг и ее особенности  Мотивы потребления услуг.  Методики исследования потребительского поведения.  Факторы потребительского поведения.  Технология продаж SPIN (СПИН)</p>

	<p>Модель переговоров по технике продаж «КЛИН»  Ассортиментная политика предприятий сферы услуг и ее влияние на продажи  Модели поведения потребителей на рынке услуг.  Оценка эффективности продаж профессиональных услуг  Должностные обязанности и права менеджера по продаже различных видов услуг. Требования к должности  Этапы принятия решения о покупке услуги и их особенности  Методы стимулирования продаж услуг  Методы взаимодействия с клиентами в сфере услуг  Ответственность продавца при оказании услуг  Факторы внешней среды: их влияние на динамику продаж услуг и пути преодоления  Принципы качественного обслуживания клиента при оказании профессиональных услуг  Анализ клиентской базы  Сбор информации и показатели работы по продажам (количественные и качественные)  Основные требования к системе мотивации продаж  Принципы сотрудничества менеджеров, система оплаты и поиск новых клиентов в системе мотивации продаж  Информационные технологии в системе продаж гостиничных и ресторанных услуг  Оперативное управление продажами</p>
<p>Организация послепродажного взаимодействия с покупателем гостиничных и ресторанных услуг</p>	<p>Оценка удовлетворенности клиента приобретенными услугами  Управление взаимоотношениями с потребителями в индустрии гостеприимства  Организация работы в сфере услуг с претензиями клиентов  Послепродажное обслуживание как вид услуг.  Стандарты продаж (обслуживания) и их основное содержание  Виды послепродажного обслуживания.  Типы клиентской лояльности.  Принципы эффективного управления лояльностью.  Способы формирования клиентской лояльности.</p>

**6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации**

**Шкала и критерии оценивания**

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-2 ИДК1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	ПК УВ-1 ИДК3 ПК УВ-2 ИДК3
«хорошо»	ПК УВ-1 ИДК2 ПК УВ-2 ИДК2

<b>«удовлетворительно»</b>	ПК УВ-1 ИДК1 ПК УВ-2 ИДК1
<b>«неудовлетворительно»</b>	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне