СОГЛАСОВАН

решением Ученого совета
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
(протокол от «19» декабря 2024 г. № 6)

УТВЕРЖДЕН

приказом ректора
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
от «27» декабря 2024 г. № 56

АКТУАЛИЗИРОВАН

решением Ученого совета
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
(протокол от «25» декабря 2025 г. № 7)

УТВЕРЖДЕНА
актуализированная версия
приказом ректора
АНО ВО «МБИ
имени Анатолия Собчака»
от «30» декабря 2025 г. № 59

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
«Технологии продаж гостиничного продукта»

направление подготовки
43.03.03 Гостиничное дело

направленность (профиль)
Управление в гостиничном бизнесе

уровень образования
высшее образование - бакалавриат

форма обучения
очно-заочная

год набора
2025

Санкт-Петербург
2024

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат
029D2AE30011B46997424A3587152A1CB0
Действителен с 18.03.2026 по 18.06.2027
Владелец АНО ВО "МБИ ИМЕНИ АНАТОЛИЯ СОБЧАКА"

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ....3
2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ....7
3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ....9
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА....12
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ....12
5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:....12
5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ....13
5.3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ....14
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ....17
7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ....18
7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ....21
7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ....21

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1 Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания	ОПК-1.2. Способен применять современное программное обеспечение для решения профессиональных задач в сфере гостеприимства и общественного питания.	***Знать:*** современные технологии продаж, цифровые платформы, CRM-системы, системы онлайн-бронирования и программное обеспечение, используемое в гостиничном, ресторанном и туристском бизнесе. ***Уметь:*** использовать современные информационные технологии, программные продукты и цифровые сервисы при организации процесса продаж и взаимодействии с клиентами. ***Владеть:*** навыками применения современных цифровых инструментов, CRM-систем и программного обеспечения для повышения эффективности продаж услуг индустрии гостеприимства.
ПК-4 Способен применять современные технологии организации ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания, с использованием интернет-продвижения	ПК-4-1. Способен выбирать современные технологии формирования ценовой и сбытовой политики с учётом специфики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания.	***Знать:*** современные подходы к формированию ценовой политики в гостиничном и ресторанном бизнесе, методы ценообразования (затратный, рыночный, динамический, дифференцированный), специфику сегментации рынка в индустрии гостеприимства, каналы сбыта гостиничного продукта (прямые продажи, онлайн-агрегаторы, туроператоры, корпоративные контракты), инструменты продвижения и стимулирования сбыта, особенности сезонной и событийной динамики спроса, отраслевые бенчмарки и конкурентную среду, принципы работы систем динамического

		ценообразования и PMS-систем, основы анализа эластичности спроса и влияния ценовых решений на загрузку и доходность. ***Уметь:*** анализировать рыночную ситуацию и конкурентное окружение для выбора оптимальной ценовой стратегии, сегментировать клиентскую базу и подбирать соответствующие ценовые предложения, применять модели динамического и дифференцированного ценообразования с учётом загрузки, сезона и категории гостей, выбирать и комбинировать каналы сбыта в зависимости от целевой аудитории и продукта, оценивать эффективность разных каналов продаж и корректировать сбытовую политику, рассчитывать влияние ценовых изменений на ключевые финансовые показатели (RevPAR, ADR, Occupancy), адаптировать ценовую и сбытовую стратегию под специфику объекта (бутик-отель, хостел, курортный комплекс, ресторан), интерпретировать данные аналитики для принятия управленческих решений по продажам. ***Владеть:*** навыками работы с системами управления доходностью (RMS) и гостиничными PMS-системами для настройки тарифов и контроля продаж, проведения конкурентного анализа (мониторинг цен, условий бронирования, акций), формирования тарифной сетки и специальных предложений, оценки эффективности каналов сбыта (CAC, конверсия, доля канала), применения инструментов онлайн-продвижения (агрегаторы, соцсети,

		контекстная реклама) в связке со сбытовой политикой, расчёта ключевых метрик доходности и загрузки, разработки и презентации обоснованных предложений по ценовой и сбытовой политике для руководства, коммуникации с партнёрами и каналами сбыта для согласования условий сотрудничества, анализа отзывов и поведенческих данных гостей для корректировки ценовых и сбытовых решений.
	ПК-4.2. Способен использовать инструменты интернет-продвижения для реализации сбытовой стратегии и повышения эффективности продаж в сфере гостеприимства и общественного питания.	***Знать:*** основные каналы и инструменты интернет-продвижения в сфере гостеприимства и общественного питания (SEO, контекстная реклама, таргетированная реклама, соцсети, email-маркетинг, агрегаторы, метапоисковики), принципы построения воронки продаж в онлайн-среде, особенности целевой аудитории в гостиничном и ресторанном бизнесе, метрики эффективности интернет-продвижения (CTR, CPC, CAC, конверсия, ROMI), правила оформления и подачи контента для онлайн-площадок, требования агрегаторов и площадок к карточкам объектов и меню, основы веб-аналитики (Яндекс Метрика, Google Analytics), базовые принципы UX/UI для посадочных страниц и бронирования, нормативные аспекты онлайн-продаж и обработки персональных данных. ***Уметь:*** подбирать подходящие инструменты интернет-продвижения под цели и специфику объекта (отель, хостел, ресторан, курорт), настраивать и оптимизировать рекламные кампании (в т. ч. в Яндекс Директе, VK Рекламе), работать с карточками объектов на агрегаторах и поддерживать

		их актуальность, формировать контент-планы и готовить тексты, фото и видео для онлайн-продвижения, выстраивать коммуникацию с гостями через соцсети и мессенджеры в рамках сбытовой стратегии, настраивать email-рассылки и сегментировать базу гостей, интерпретировать данные веб-аналитики и корректировать продвижение на основе показателей, интегрировать онлайн-каналы с внутренними системами бронирования и CRM, оценивать рентабельность рекламных каналов и перераспределять бюджет между ними. ***Владеть:*** навыками работы с рекламными кабинетами и инструментами продвижения (Яндекс Директ, VK Реклама, MyTarget), управления карточками на агрегаторах (Booking, Ostrovok, 101Hotels и др.) и отслеживания рейтинга, настройки целей и событий в системах веб-аналитики, создания продающих текстов и визуалов для онлайн-каналов, использования CRM и PMS для сегментации гостей и персонализации предложений, проведения A/B-тестов рекламных объявлений и посадочных страниц, расчёта и анализа ключевых метрик эффективности продвижения, координации с подрядчиками и внутренними отделами по вопросам интернет-продвижения, формирования отчётов по эффективности каналов и обоснования рекомендаций по оптимизации бюджета, работы с отзывами и репутационным менеджментом как частью интернет-продвижения.

1.2. Входной уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемых для формирования компетенции:

- Обучающийся должен:
- ориентироваться в основных понятиях индустрии гостеприимства, туристской деятельности и сферы услуг;
- знать основы маркетинга, менеджмента и деловых коммуникаций;
- понимать особенности организации обслуживания потребителей и формирования клиентского сервиса;
- анализировать потребности и поведение потребителей гостиничных, ресторанных и туристских услуг;
- использовать методы поиска, обработки и анализа информации о рынке услуг индустрии гостеприимства;
- применять современные информационные технологии и цифровые сервисы в профессиональной деятельности;
- владеть базовыми навыками делового общения и взаимодействия с клиентами;
- понимать принципы формирования и реализации туристского продукта;
- ориентироваться в современных стандартах качества обслуживания;
- использовать основные методы презентации и продвижения услуг индустрии гостеприимства;
- подготавливать аналитические материалы, презентации и коммерческие предложения;
- работать в команде при выполнении практических и проектных заданий.

2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка проводится методом сопоставления параметров продемонстрированного обучающимся продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

Таблица – 2.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование разделов/тем	Формы текущего контроля успеваемости / формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки
1.Теоретические основы технологий продаж в индустрии гостеприимства	Текущий контроль	Понятие и сущность продаж в индустрии гостеприимства. Особенности продаж гостиничных, ресторанных и туристских услуг. Современные модели продаж. Этапы процесса продажи. Роль сервиса в формировании потребительской ценности.	ПЗ: анализ кейсов, доклады, презентации	Устная, письменная
2. Потребительское поведение и психология продаж	Текущий контроль	Потребительское поведение. Потребности и мотивы клиентов. Типология	ПЗ: решение ситуационных задач, анализ кейсов	Устная, письменная

		покупателей. Технологии выявления потребностей. Формирование доверия и установление контакта с клиентом.		
3. Технологии личных продаж и клиентского сервиса	Текущий контроль	Современные технологии личных продаж. Этапы проведения переговоров. Презентация услуг. Работа с возражениями. Завершение продажи. Стандарты обслуживания клиентов в индустрии гостеприимства.	ПЗ: деловые игры, ролевые продажи, разработка скриптов	Устная, письменная
Темы 1–3	Контрольная точка №1	Проверка знаний по технологиям продаж, психологии потребителя и организации клиентского сервиса	Аналитическая работа (реферат)	Письменная
4. Цифровые технологии продаж	Текущий контроль	CRM-системы. Онлайн-продажи. Цифровые платформы. Искусственный интеллект и автоматизация продаж.	ПЗ: работа с CRM, анализ цифровых сервисов	Устная, письменная
5. Продажи гостиничных услуг	Текущий контроль	Технологии продаж гостиничных услуг. Upselling и Cross-selling. Программы лояльности.	ПЗ: разработка стратегии продаж гостиницы	Устная, письменная
6. Продажи услуг предприятий общественного питания	Текущий контроль	Продажа ресторанных услуг. Продвижение банкетов, кейтеринга,	ПЗ: разработка коммерческого предложения,	Устная, письменная

		специальных предложений.	анализ кейсов	
7. Продажи туристских продуктов	Текущий контроль	Особенности реализации туристского продукта. Консультирование клиентов. Документальное сопровождение продаж.	ПЗ: разработка сценария продажи туристского продукта	Устная, письменная
8. Оценка эффективности продаж и управление взаимоотношениями с клиентами	Текущий контроль	KPI продаж. Воронка продаж. Customer Experience. Анализ эффективности отдела продаж.	ПЗ: разработка системы KPI, защита проекта	Устная, письменная
Темы 4–8	Контрольная точка №2	Проверка знаний по современным технологиям продаж, цифровым инструментам и управлению взаимоотношениям и с клиентами	Тестирование	Письменная

3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, владений выражается в пятибалльной системе.

Таблица – 3.1. Текущий контроль

№	Виды работ	Неудовлетворительно (2 балла)	Удовлетворительно (3 балла)	Хорошо (4 балла)	Отлично (5 баллов)
1	Работа на лекционных занятиях	Не участвует в обсуждении, не знает основных понятий и технологий продаж в индустрии гостеприимства	Принимает ограниченное участие в обсуждении, допускает существенные ошибки при ответах	Активно участвует в обсуждении, демонстрирует знание современных технологий продаж и клиентского сервиса	Демонстрирует глубокие знания, анализирует современные тенденции продаж, приводит практические примеры и предлагает обоснованные решения
2	Работа на практических занятиях (решение кейсов)	Не участвует в выполнении практических заданий, не способен предложить решение кейса	Выполняет задания с помощью преподавателя, допускает ошибки при анализе ситуации	Самостоятельно решает ситуационные задачи, предлагает обоснованные решения с отдельными	Демонстрирует высокий уровень анализа, разрабатывает эффективные технологии

				замечаниями	продаж и аргументирует предлагаемые решения
3	Выполнение практических работ	Практическая работа не выполнена либо выполнена с существенными ошибками	Работа выполнена частично, имеются ошибки в анализе и оформлении	Работа выполнена правильно, выводы обоснованы, имеются отдельные замечания	Работа выполнена полностью, использованы современные технологии продаж, предложены практические рекомендации по повышению эффективности деятельности
4	Подготовка доклада (презентации)	Доклад не соответствует теме, отсутствуют выводы и анализ	Тема раскрыта частично, материал изложен поверхностно	Тема раскрыта полно, использованы современные примеры и профессиональная терминология	Представлен глубокий аналитический материал, использованы современные исследования и успешные практики продаж в индустрии гостеприимства
5	Разработка технологии продаж (проект)	Проект не соответствует заданию, отсутствует логика построения процесса продаж	Представлены отдельные элементы проекта, технология продаж разработана частично	Разработана технология продаж с учетом особенностей предприятия, предложены эффективные инструменты взаимодействия с клиентами	Разработана комплексная технология продаж с использованием CRM, цифровых сервисов, современных методов клиентского сервиса, инструментов повышения лояльности и оценки эффективности продаж
6	Защита	Не способен	Представляет	Уверенно	Профессиона

	проекта	представить результаты работы и ответить на вопросы	проект с помощью преподавателя, ответы неполные	представляет проект, отвечает на вопросы и аргументирует предлагаемые решения	льно защищает проект, демонстрирует высокий уровень владения современными технологиями продаж, убедительно обосновывает принятые решения и предлагает практические рекомендации по их внедрению

Критерии оценивания формулируются для каждой компетенции и отражают деятельность обучающегося, поддающуюся измерению.

Таблица – 3.2. Обобщенные критерии оценивания освоения компетенции:

Неудовлетворительно (2 балла)	Удовлетворительно (3 балла)	Хорошо (4 балла)	Отлично (5 баллов)
Компетенция не освоена. Обучающийся не демонстрирует знаний современных технологий продаж, не владеет основными понятиями дисциплины, не способен применять технологии обслуживания и продаж гостиничных, ресторанных и туристских услуг при решении профессиональных задач.	Компетенция освоена на базовом уровне. Обучающийся демонстрирует основные знания в области технологий продаж и обслуживания в индустрии гостеприимства, понимает назначение современных инструментов продаж и цифровых сервисов, способен применять полученные знания при решении типовых профессиональных задач с помощью преподавателя.	Компетенция освоена. Обучающийся демонстрирует системные знания современных технологий продаж, умеет применять технологии клиентского сервиса, использовать цифровые инструменты, организовывать процесс продажи гостиничных, ресторанных и туристских услуг, самостоятельно решает типовые профессиональные задачи и аргументирует предлагаемые	Компетенция освоена в полном объеме. Обучающийся демонстрирует глубокие знания современных технологий продаж и клиентского сервиса, свободно использует цифровые технологии, CRM-системы и специализированное программное обеспечение, разрабатывает эффективные технологии реализации туристского продукта, принимает обоснованные профессиональные

		решения.	решения, обеспечивает высокое качество обслуживания потребителей и самостоятельно решает сложные практические задачи в сфере продаж услуг индустрии гостеприимства.

4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

Таблица – 4.1. Шкала критериев оценивания компетенций

Оценка	Содержание
Неудовлетворительно (2 балла)	Демонстрирует непонимание проблемы, не восприятие материала. Работа незакончена и/или это плагиат
Удовлетворительно (3 балла)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер
Хорошо (4 балла)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения
Отлично (5 баллов)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

5.ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

Таблица - 5.1 Перечень заданий текущего контроля и их наименование

Наименование оценочных средств	Содержание задания
Практические задачи	Темы задач:Тема 1. Анализ процесса продаж в организации индустрии гостеприимства.Тема 2. Анализ потребностей и поведения клиентов.Тема 3. Разработка технологии личной продажи гостиничной услуги.Тема 4. Применение технологий Upselling и Cross-selling.Тема 5. Работа с возражениями клиентов и завершение продажи.Тема 6. Использование CRM-систем в организации продаж.Тема 7. Разработка программы лояльности клиентов.Тема 8. Организация продаж туристского продукта с использованием цифровых технологий.Тема 9. Построение воронки продаж и анализ ее эффективности.Тема 10. Разработка системы KPI отдела продаж.Тема 11. Оценка качества клиентского

	сервиса.Тема 12. Разработка комплексной технологии продаж для гостиничного, ресторанного или туристского предприятия.
Доклад	Темы докладов:1. Современные технологии продаж в индустрии гостеприимства.2. Психология потребительского поведения в сфере услуг.3. Особенности продаж гостиничных услуг.4. Продажи ресторанных услуг и управление клиентским опытом.5. Технологии продаж туристского продукта.6. Клиентоориентированный подход в индустрии гостеприимства.7. Цифровые технологии продаж и CRM-системы.8. Онлайн-продажи гостиничных и туристских услуг.9. Программы лояльности как инструмент увеличения продаж.10. Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM).11. Технологии Upselling и Cross-selling.12. Работа с возражениями клиентов.13. Искусственный интеллект в технологиях продаж.14. Омниканальные технологии продаж.15. KPI и оценка эффективности продаж.16. Современные стандарты клиентского сервиса.17. Управление качеством обслуживания в индустрии гостеприимства.18. Международный опыт организации продаж гостиничных услуг.19. Инновационные технологии продаж в индустрии гостеприимства.20. Перспективы развития технологий продаж в сфере туризма и гостеприимства.
Деловая игра	Проведение переговоров с клиентом, выявление потребностей, презентация гостиничной, ресторанной или туристской услуги, работа с возражениями, завершение продажи и анализ результатов переговоров.
Индивидуальный проект	Разработка комплексной технологии продаж для гостиничного, ресторанного или туристского предприятия с использованием современных технологий обслуживания, CRM-систем, цифровых инструментов продаж, программ лояльности и системы оценки эффективности деятельности отдела продаж.

5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование оценочных средств	Содержание задания
Контрольная точка №1 (аналитическая работа / реферат)	Темы аналитических работ:1. Современные технологии продаж в индустрии гостеприимства.2. Особенности продаж гостиничных услуг.3. Продажи ресторанных услуг: современные подходы.4. Технологии продаж туристского продукта.5. Психология поведения потребителей услуг индустрии гостеприимства.6. Клиентоориентированный подход как основа успешных продаж.7. CRM-системы в индустрии гостеприимства.8. Цифровые технологии продаж гостиничных и туристских услуг.9. Программы лояльности клиентов.10. Управление клиентским опытом (Customer Experience).11. Технологии Upselling и Cross-selling.12. Организация процесса продаж в гостиничном предприятии.13. Управление качеством обслуживания клиентов.14. Современные стандарты сервиса в индустрии гостеприимства.15. Воронка продаж как инструмент управления продажами.Методические рекомендации: работа выполняется в форме аналитического реферата объемом 15–20

	страниц. Структура: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список литературы (не менее 10 источников). При подготовке рекомендуется использовать лекционный материал, научную литературу, профессиональные стандарты и современные практики предприятий индустрии гостеприимства.
Контрольная точка №2 (тестирование и практическое задание)	Раздел 1. Тестовые задания (10 вопросов)1. Какова основная цель процесса продаж в индустрии гостеприимства?□ Увеличение затрат предприятия□ Удовлетворение потребностей клиента и получение прибыли□ Снижение качества обслуживания□ Исключительно увеличение количества клиентовПравильный ответ: удовлетворение потребностей клиента и получение прибыли.2. Что означает технология Upselling?□ Продажа более дорогой услуги или продукта□ Продажа дополнительных услуг□ Отказ клиента от покупки□ Снижение стоимости услугиПравильный ответ: продажа более дорогой услуги или продукта.3. Что является основным назначением CRM-системы?□ Автоматизация бухгалтерского учета□ Управление взаимоотношениями с клиентами□ Управление складом□ Организация кадрового учетаПравильный ответ: управление взаимоотношениями с клиентами.4. Какой показатель характеризует эффективность процесса продаж?□ KPI□ SWOT□ PEST□ SMARTПравильный ответ: KPI.5. Что относится к цифровым каналам продаж?□ Телефонный справочник□ Онлайн-система бронирования□ Газетная реклама□ Печатный каталогПравильный ответ: онлайн-система бронирования.Раздел 2. Практическое заданиеРазработайте технологию продажи гостиничной, ресторанной или туристской услуги (по выбору). В работе необходимо:• определить целевую аудиторию;• описать этапы процесса продажи;• предложить инструменты выявления потребностей клиента;• разработать алгоритм работы с возражениями;• предложить технологии Upselling и Cross-selling;• определить показатели оценки эффективности продаж (KPI).Методические рекомендации: тест включает задания закрытого типа с одним правильным ответом и практическое задание открытого типа. При выполнении практической части оцениваются полнота анализа, логика построения процесса продаж, применение современных технологий обслуживания, использование цифровых инструментов и обоснованность предлагаемых решений.

5.3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

ОПК-1. Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере гостеприимства и общественного питания

Вопрос №1
Выберите правильный ответ.
Какое программное обеспечение предназначено для управления взаимоотношениями с клиентами?
□ ERP
□ CRM

□ PMS
□ POS
Правильный ответ: CRM

Вопрос №2
Прочитайте текст и заполните пропуски.
_____ предназначена для автоматизации процесса взаимодействия с клиентами, хранения информации о клиентах и управления продажами.
_____ используется для автоматизации процесса бронирования гостиничных услуг.

№	Слово
1	CRM-система
2	PMS-система
3	ERP-система

Правильный ответ:
12

Вопрос №3
Выберите правильный ответ.
Что является основным принципом клиентского сервиса?
□ Максимальное сокращение времени общения с клиентом
□ Индивидуальный подход к каждому клиенту
□ Продажа наиболее дорогой услуги
□ Минимизация затрат предприятия
Правильный ответ:
Индивидуальный подход к каждому клиенту

Вопрос №4
Установите соответствие.

Стандарт обслуживания	Характеристика
А. Приветствие клиента	1. Формирование первого впечатления
Б. Работа с возражениями	2. Устранение сомнений клиента
В. Завершение продажи	3. Подтверждение принятого решения

Запишите цифры.

А	Б	В

Правильный ответ

А	Б	В
1	2	3

ПК-4 Способен применять современные технологии организации ценовой и сбытовой политики организаций сферы гостеприимства и/или общественного питания, с использованием интернет-продвижения

Вопрос №5
Выберите правильный ответ.
Какой метод продаж предполагает предложение клиенту более дорогой версии выбранной услуги?
□ Cross-selling

□ Upselling
□ Merchandising
□ Benchmarking
Правильный ответ:
Upselling

Вопрос №6
Выберите правильный ответ.
Продажа дополнительных услуг к основной называется
□ Upselling
□ Cross-selling
□ Merchandising
□ Positioning
Правильный ответ:
Cross-selling

Вопрос №7
Прочитайте ситуацию.
Клиент гостиницы забронировал стандартный номер.
Администратор предложил номер категории «Комфорт» с расширенным набором услуг за небольшую доплату.
Определите примененную технологию продаж.
Правильный ответ:
Upselling.

Вопрос №8
Прочитайте ситуацию.
Гость ресторана заказал основное блюдо.
Официант предложил дополнительно десерт и фирменный напиток.
Какая технология продаж была использована?
Правильный ответ:
Cross-selling.

Вопрос №9
Выберите правильный ответ.
Какой показатель характеризует эффективность работы отдела продаж?
□ SWOT
□ KPI
□ SMART
□ PEST
Правильный ответ:
KPI.

Вопрос №10
Выберите правильный ответ.
Что является заключительным этапом технологии продаж?
□ Выявление потребностей
□ Презентация продукта
□ Работа с возражениями
□ Завершение сделки и сопровождение клиента
Правильный ответ:
Завершение сделки и сопровождение клиента.

Практическое задание

Разработайте технологию продажи гостиничной, ресторанной или туристской услуги (по выбору).

В работе необходимо:

- определить целевую аудиторию;
- выявить потребности клиента;
- разработать алгоритм продажи;
- подготовить скрипт общения с клиентом;
- предложить технологии **Upselling** и **Cross-selling**;
- определить цифровые инструменты сопровождения клиента (CRM, онлайн-бронирование, мессенджеры и др.);
- предложить показатели оценки эффективности продаж (**KPI**);
- сформулировать рекомендации по повышению качества обслуживания клиентов.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Комплект оценочных средств хранится на кафедре, подлежит обновлению по мере необходимости. Для промежуточной аттестации в виде экзамена каждое ОС по дисциплине обновляется и утверждается за 14 дней до начала сессионного периода и хранится в недоступном месте от несанкционированного доступа. Ответственность несет кафедра.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Текущий контроль успеваемости является формой контроля качества знаний обучающихся, осуществляемого в межсессионный период обучения с целью определения качества освоения ОПОП.

Текущий контроль успеваемости осуществляется: на лекциях, практических (семинарских) занятиях, в рамках контроля самостоятельной работы.

Обучающиеся заранее информируются о критериях и процедуре текущего контроля успеваемости преподавателями по соответствующей учебной дисциплине (модуля).

Успеваемость при текущем контроле характеризует объем и качество выполненной обучающимся работы по дисциплине (модулю).

Педагогические виды и формы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости обучающихся, определяются методической комиссией кафедры. Выбираемый вид текущего контроля обеспечивает наиболее полный и объективный контроль (измерение и фиксирование) уровня освоения результатов обучения по дисциплине.

Преподаватели предоставляют сведения о текущей успеваемости обучающихся в рамках проведения текущей аттестации в семестре в деканаты/ учебный отдел института в сроки, определенные внутренними распорядительными документами института.

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

Преподаватель, ведущий занятия семинарского типа, проводит аттестацию обучающихся за прошедший период. Аттестация проводится, если проведено не менее 3 практических (семинарских) или лабораторных занятий, в установленные деканатом сроки, не реже 1 раза за учебный семестр. Обучающиеся аттестуются путем выставления в соответствующую групповую ведомость записей по системе: «аттестован» или «не аттестован».

Преподаватель, проставляя итоги текущей аттестации, доводит результаты аттестации до сведения студенческой группы и объясняет причины отрицательной аттестации по запросу обучающегося.

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

– результаты работы на занятиях, показанные при этом знания по дисциплине (модулю), усвоение навыков практического применения теоретических знаний, степень активности на практических (семинарских) занятиях;

– результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;

– результаты выполнения контрольных работ;

– результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;

– результаты личных бесед со студентами по материалу учебной дисциплины (модуля);

– посещение студентами, семинарских и практических занятий, лабораторных работ;

– своевременная ликвидация задолженностей по пройденному материалу, возникших вследствие пропуска занятий либо неудовлетворительных оценок по результатам работы на занятиях.

– результаты прохождения контрольных точек по дисциплине.

Промежуточная аттестация обучающихся института является формой контроля результатов обучения по дисциплине с целью комплексного определения соответствия уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся требованиям, установленным образовательной программой.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием пятибалловой системы оценки знаний обучающихся.

7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Адаптированные оценочные материалы содержатся в адаптированной ОПОП. Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

Самостоятельная работа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.).

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа. Для обучающихся с нарушениями зрения предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в устной форме. Для обучающихся с нарушениями слуха предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в письменной форме.

Таблица 7.1. – Категории обучающихся с ОВЗ, способы восприятия ими информации и методы их обучения.

Категории обучающихся по нозологиям		Методы обучения
с нарушениями зрения	Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой	Аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения: визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениями слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный	визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха: аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	визуально-кинестетические; аудио-визуальные; аудиально-кинестетические; аудио-визуально-кинестетические.

Таблица 7.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов.
Условные обозначения:

«+» —образовательный ресурс, не требующий адаптации;
«АФ» — адаптированный формат к особенностям приема-передачи информации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ формат образовательного ресурса, в том числе с использованием специальных технических средств;
«АЭ»— альтернативный эквивалент используемого ресурса

Категории обучающихся по	**Образовательные ресурсы**	
	Электронные	**Печатные**

нозологиям		тимедиа	графические	аудио	текстовые, электронные аналоги печатных изданий	
С нарушениями зрения	Слепые	АФ	АЭ (например, создание материальной модели графического объекта (3Dмодели)	+	АЭ (например, аудио описание)	АЭ (например, печатный материал, выполненый рельефно-точечным шрифтом Л.Брайля)
	Слабовидящие	АФ	АФ	+	АФ	АФ
С нарушениями слуха	Глухие	АФ	+	АЭ (например, текстовое описание, гипер-ссылки)	+	+
	Слабослышащие	АФ	+	АФ	+	+
С нарушениями опорно-двигательного аппарата		+	+	+	+	+

Таблица 7.3. - Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ

Категории обучающихся по нозологиям	Форма контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями зрения	устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы,собеседования, устные коллоквиумы и др.; с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.
С нарушениями слуха	– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.
С нарушениями опорно-двигательного	письменная проверка, с использованием специальных технических средств (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе,

аппарата	письменные коллоквиумы, отчеты и др.; устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы - предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с использованием оценочных средств, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации, в том числе с использованием специальных технических средств.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ направлен на своевременное выявление затруднений и отставания в обучении и внесения коррективов в учебную деятельность. Возможно осуществление входного контроля для определения его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Промежуточная аттестация, при необходимости, может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются преподавателем (мастером производственного обучения) с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся.