

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 04.09.2023 13:32:08
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac3411068c3159

Приложение 3
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и
организация общественного питания направленность
(профиль) программы Технология и организация ресторанного
бизнеса

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова
Факультет экономики, менеджмента и торговли
Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.24 КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Направление подготовки
19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания

Направленность (профиль) программы
«Технология и организация ресторанного бизнеса»

Уровень высшего образования **Бакалавриат**

Год начала подготовки 2024

Краснодар – 2023 г.

Составитель:

к.т.н., доцент кафедры товарной
экспертизы, технологии торговли и
ресторанного бизнеса

(ученая степень, ученое звание, должность,)

Р.В. Брюшков

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры товарной экспертизы,
технологии торговли и ресторанного бизнеса протокол №7 от 28.02.2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----------|
| I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ | 4 |
| Цель и задачи освоения дисциплины | 4 |
| Место дисциплины в структуре образовательной программы..... | 4 |
| Объем дисциплины и виды учебной работы | 4 |
| Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине | 5 |
| II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ..... | 6 |
| III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 14 |
| РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА | 14 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ | 15 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ | 15 |
| ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ | 15 |
| ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ | 15 |
| МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ | 15 |
| IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ | 16 |
| V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ | 16 |
| VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ..... | 17 |
| Аннотация к рабочей программе дисциплины..... | 26 |

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель и задачи освоения дисциплины

Целью дисциплины «*Концептуальные решения в ресторанном бизнесе*» является развитие компетенций в области разработки и внедрения концепций предприятий ресторанного бизнеса на основании маркетинговых исследований передового отечественного и зарубежного опыта в области сервисной деятельности и услуг, технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов.

Задачи дисциплины «*Концептуальные решения в ресторанном бизнесе*»:

- изучить технологии рынка продукции и услуг в области производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;
- научить использовать результаты маркетинговых исследований для разработки концепции предприятия питания;
- научить использовать информационные и телекоммуникационные технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в сфере разработки концепции предприятий ресторанного бизнеса;
- научить разрабатывать концепцию предприятия питания

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «*Концептуальные решения в ресторанном бизнесе*», относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 1

| Показатели объема дисциплины | Всего часов по формам обучения | |
|--|--------------------------------|-----------------|
| | очная | заочная |
| Объем дисциплины в зачетных единицах | 3 ЗЕТ | |
| Объем дисциплины в акад. часах | 108 | |
| Промежуточная аттестация: форма | Зачет с оценкой | Зачет с оценкой |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего: | 54 | 20 |
| 1. Контактная работа на проведение занятий лекционного и семинарского типов, всего часов, в том числе: | 52 | 18 |
| • лекции | 24 | 8 |
| • практические занятия | 14 | 6 |
| • лабораторные занятия | 14 | 4 |
| в том числе практическая подготовка | | |
| 2. Индивидуальные консультации (ИК) | - | - |
| 3. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт) | 2 | 2 |
| 4. Консультация перед экзаменом (КЭ) | - | - |
| 5. Контактная работа по промежуточной | - | - |

| | | |
|--|----|----|
| аттестации в период экз. сессии / сессии заочников (Каттэк) | | |
| Самостоятельная работа (СР), всего: | 54 | 88 |
| в том числе: | | |
| • самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк) | - | 2 |
| • самостоятельная работа в семестре (СРс) | 54 | 86 |
| в том числе, самостоятельная работа на курсовую работу / курсовой проект | | |
| • изучение ЭОР | - | - |
| • изучение онлайн-курса или его части | - | - |
| • выполнение индивидуального или группового проекта | - | - |
| • и другие виды | 54 | 86 |

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Таблица 2

| Формируемые компетенции (код и наименование компетенции) | Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора) | Результаты обучения (знания, умения) |
|--|---|---|
| ПК-3. Способен разрабатывать системы мероприятий по повышению эффективности технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов | ПК-3.1. Проводит маркетинговые исследования передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов | ПК-3.1. 3-1. Знает технологии маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов, используют результаты маркетинговых исследований для разработки концепции предприятия питания |
| | | ПК-3.1. У-1. Умеет использовать информационные и телекоммуникационные технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в профессионально ориентированных информационных системах в сфере маркетинга предприятий общественного питания; разрабатывать концепцию предприятия питания |

II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций (очная форма обучения)

Таблица 3

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Трудоемкость, академические часы | | | | | | Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения (знания, умения) | Учебные задания для аудиторных занятий | Текущий контроль | Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом) |
|-----------|---|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|--|-------|-----------------------------------|---|--|------------------|--|
| | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | Самостоятельная работа/ КЭ, Катгэк, Катг | Всего | | | | | |
| Семестр 7 | | | | | | | | | | | | |
| 1. | <p>Тема 1. Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе Идея и концепция ресторана. Концепция и маркетинговые исследования. Основные виды маркетинговых исследований в действующем ресторане: клиенты, анализ продаж, изучение конкурентов и конкурентной среды. Основные факторы, влияющие на выбор того или иного концептуального решения. Разделы концепции: название, меню, дополнительные услуги, экономика проекта, реклама и маркетинг, персонал и обслуживание, дизайн, ценовая политика. Местозависимые и местонезависимые рестораны. Диагностика деятельности ресторана. Дополнительные услуги в ресторане: бизнес-ланчи, музыкальные программы, караоке, завтраки в ресторане, дети в ресторане, продажа на вынос, банкетное обслуживание. Концепция деятельности ресторанной сети. Концепция деятельности гостиничного ресторана. Концепция деятельности ресторана выездного обслуживания. Концепция деятельности кофейни как современного вида ресторанного бизнеса. Концепция сети ресторанов быстрого питания</p> | 4 | 2 | 2 | - | 9/- | 17 | ПК- 3.1 | ПК- 3.1 3-1 ПК- 3.1 У-1 | О. | Т. | Р. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|-----|----|---------|----------------------------------|-------|----|----|
| | (фастфуда) | | | | | | | | | | | |
| 2. | <p>Тема 2. Разработка фирменного стиля в соответствии с концепцией ресторана.</p> <p>Название предприятия как одна из важнейших констант фирменного стиля. Определение и основные требования к фирменному наименованию. Право на фирменное наименование. Товарный знак – «визитная карточка» ресторана. История товарного знака. Основные требования к разработке товарного знака. Регистрация товарного знака и правовая защита. Классификация логотипов. Функции логотипа. Этапы создания логотипа ресторана. Слоган – словесный символ ресторана. Типы слоганов. Факторы, влияющие на эффективность слогана. Практика использования слогана. Фирменный блок, фирменный комплект шрифта, требования к выбору шрифта. Фирменный набор цветов. Рекламно-маркетинговая деятельность ресторана – реклама в средствах массовой информации, интернет в маркетинговой деятельности ресторана, наружная реклама, рекламно-сувенирная продукция.</p> | 4 | 4 | 2 | - | 9/- | 19 | ПК- 3.1 | ПК- 3.1 3-1 ПК- 3.1 У-1 | Гр.д. | К. | Д. |
| 3. | <p>Тема 3. Меню, как часть фирменного стиля ресторана.</p> <p>Связь меню и концепции ресторана. Методика составления меню в рамках концепции ресторана. Предпосылки формирования меню. Меню ресторана самообслуживания. Система организации информации в меню. Праздники и меню. Детское меню. Сезонное меню. Внешний вид меню. Требования по удобству пользования. Периодичность обновления меню. Разработка оригинальных названий и описания для меню</p> | 4 | 2 | 2 | - | 9/- | 17 | ПК- 3.1 | ПК- 3.1 3-1 ПК- 3.1 У-1 | О. | Т. | Р. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|-----|----|---------|----------------------------------|-------|----|----|
| 4. | <p>Тема 4. Дизайн экстерьера и интерьера ресторана. Функциональные группы характерны для предприятия общественного питания. внутренне пространство каждого помещения с учетом принадлежности к определенной функциональной группе. Компоненты составляющие внутреннее пространство. Средства гармонизации композиции используемые при оформлении интерьера связанного с организацией внутреннего пространства. Тенденции дизайна. Характеристика классического стиля оформления зала предприятия общественного питания, готического стиля, модерн, хай-тек, восточного стиля, кантри, неорусского. Проектные решения предприятий различных типов. Концептуальные решения по созданию различных цветовых композиций с учетом различных типов предприятий питания и целевых аудиторий. Составляющие комфортности ресторана</p> | 4 | 2 | 2 | - | 9/- | 17 | ПК- 3.1 | ПК- 3.1 3-1 ПК- 3.1 У-1 | Гр.д. | К. | Д. |
| 5. | <p>Тема 5 Сервисная часть концепции ресторана. Концептуальная модель качества обслуживания для заведений сферы ресторанного бизнеса. Корпоративная культура и её характеристика. Определение и разработка стратегии обслуживания. Эффективность элементов обслуживания. Этапы деятельности по повышению качества для предприятий ресторанного бизнеса. Документация предприятия при внедрении менеджмента качества. Принципы стандартов ISO-9000. Обслуживающий персонал. Факторы, определяющие условия и режим труда обслуживающего персонала. Организация труда обслуживающего персонала. Критерии конкурентоспособности продукции и услуг предприятий сферы ресторанного бизнеса. Оценка конкурентоспособности. Пути повышения конкурентоспособности продукции и услуг в сфере ресторанного бизнеса. Разработка концепции ресторана. Мерчандайзинг как деятельность предприятия по стимулированию сбыта. Прогрессивные технологии обслуживания. Показатели культуры обслуживания. Конкурентоспособные стратегии предприятий сферы ресторанного бизнеса. Типология стратегий. Проведение стратегии. Факторы формирования потребительских предпочтений. Методы обеспечения</p> | 4 | 2 | 2 | - | 9/- | 17 | ПК- 3.1 | ПК- 3.1 3-1 ПК- 3.1 У-1 | О. | Т. | Р. |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|--|-----------|-----------|-----------|----------|-------------|------------|----------|----------------------------------|----------|----------|----------|
| | конкурентоспособности. Программы стимулирования. Специальные формы обслуживания в практике предприятий | | | | | | | | | | | |
| 6 | Тема 6. Инструменты исследования рынка. Классификация методов маркетинговых исследований. Цели исследования: потребность потребителей, реакция потребителей, восприятие клиентом, контроль обслуживания, исследование конкурентов, ключевые клиенты. Формализованные и неформализованные методы исследования рынка. Методы исследования рынка: опросы, тайный покупатель, эксперимент, имитационное моделирование и т.д.). Регулярность проведения исследований рынка. Методика сбора и обработки информации в процессе проведения исследований рынка. | 4 | 2 | 4 | - | 9/- | 19 | ПК- 3.1 | ПК- 3.1 3-1 ПК- 3.1 У-1 | Гр.д. | К/р | Д. |
| | <i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i> | - | - | - | - | -/2 | -/2 | - | - | - | - | - |
| | Итого | 24 | 14 | 14 | - | 54/2 | 108 | х | х | х | х | х |

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.)

Групповая дискуссия (Гр.д.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.)

Контрольная работы (К/р)

Кейс (К.)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Реферат/доклад (Р., Д.)

этапы формирования и критерии оценивания сформированности компетенций (заочная форма обучения)

Таблица 4

| № п/п | Наименование раздела, темы дисциплины | Трудоемкость, академические часы | | | | | | Индикаторы достижения компетенций | Результаты обучения (знания, умения) | Учебные задания для аудиторных занятий | Текущий контроль | Задания для творческого рейтинга (по теме(-ам)/разделу или по всему курсу в целом) |
|-----------|--|----------------------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|--|-------|-----------------------------------|---|--|------------------|--|
| | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные занятия | Практическая подготовка | Самостоятельная работа/ КЭ, Кагтэк, Кагт | Всего | | | | | |
| Семестр 7 | | | | | | | | | | | | |
| 1. | <p>Тема 1. Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе Идея и концепция ресторана. Концепция и маркетинговые исследования. Основные виды маркетинговых исследований в действующем ресторане: клиенты, анализ продаж, изучение конкурентов и конкурентной среды. Основные факторы, влияющие на выбор того или иного концептуального решения. Разделы концепции: название, меню, дополнительные услуги, экономика проекта, реклама и маркетинг, персонал и обслуживание, дизайн, ценовая политика. Местозависимые и местонезависимые рестораны. Диагностика деятельности ресторана. Дополнительные услуги в ресторане: бизнес-ланчи, музыкальные программы, караоке, завтраки в ресторане, дети в ресторане, продажа на вынос, банкетное обслуживание. Концепция деятельности ресторанной сети. Концепция деятельности гостиничного ресторана. Концепция деятельности ресторана выездного обслуживания. Концепция деятельности кофейни как современного вида ресторанного бизнеса. Концепция сети ресторанов быстрого питания (фастфуда)</p> | 2 | 2 | - | - | 14/- | 18 | ПК-3.1 | ПК-3.1 3-1 ПК-3.1 У-1 | О., Гр.д. | Т. | Р. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|------|----|--------|----------------------------------|----|----|----|
| 2. | <p>Тема 2. Разработка фирменного стиля в соответствии с концепцией ресторана.</p> <p>Название предприятия как одна из важнейших констант фирменного стиля. Определение и основные требования к фирменному наименованию. Право на фирменное наименование. Товарный знак – «визитная карточка» ресторана. История товарного знака. Основные требования к разработке товарного знака. Регистрация товарного знака и правовая защита. Классификация логотипов. Функции логотипа. Этапы создания логотипа ресторана. Слоган – словесный символ ресторана. Типы слоганов. Факторы, влияющие на эффективность слогана. Практика использования слогана. Фирменный блок, фирменный комплект шрифта, требования к выбору шрифта. Фирменный набор цветов. Рекламно-маркетинговая деятельность ресторана – реклама в средствах массовой информации, интернет в маркетинговой деятельности ресторана, наружная реклама, рекламно-сувенирная продукция.</p> | 2 | 2 | - | - | 14/- | 18 | ПК-3.1 | ПК- 3.1 3-1 ПК- 3.1 У-1 | О. | К. | Д. |
| 3. | <p>Тема 3. Меню, как часть фирменного стиля ресторана.</p> <p>Связь меню и концепции ресторана. Методика составления меню в рамках концепции ресторана. Предпосылки формирования меню. Меню ресторана самообслуживания. Система организации информации в меню. Праздники и меню. Детское меню. Сезонное меню. Внешний вид меню. Требования по удобству пользования. Периодичность обновления меню. Разработка оригинальных названий и описания для меню</p> | 1 | 2 | - | - | 14/- | 17 | ПК-3.1 | ПК- 3.1 3-1 ПК- 3.1 У-1 | О. | Т. | Д. |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|------|----|--------|----------------------------------|--------|----|----|
| 4. | <p>Тема 4. Дизайн экстерьера и интерьера ресторана. Функциональные группы характерны для предприятия общественного питания. внутренне пространство каждого помещения с учетом принадлежности к определенной функциональной группе. Компоненты составляющие внутреннее пространство. Средства гармонизации композиции используемые при оформлении интерьера связанного с организацией внутреннего пространства. Тенденции дизайна. Характеристика классического стиля оформления зала предприятия общественного питания, готического стиля, модерн, хай-тек, восточного стиля, кантри, неорусского. Проектные решения предприятий различных типов. Концептуальные решения по созданию различных цветовых композиций с учетом различных типов предприятий питания и целевых аудиторий. Составляющие комфортности ресторана</p> | 1 | - | - | - | 14/- | 15 | ПК-3.1 | ПК- 3.1 3-1 ПК- 3.1 У-1 | О. | К. | Р. |
| 5. | <p>Тема 5 Сервисная часть концепции ресторана. Концептуальная модель качества обслуживания для заведений сферы ресторанного бизнеса. Корпоративная культура и её характеристика. Определение и разработка стратегии обслуживания. Эффективность элементов обслуживания. Этапы деятельности по повышению качества для предприятий ресторанного бизнеса. Документация предприятия при внедрении менеджмента качества. Принципы стандартов ISO-9000. Обслуживающий персонал. Факторы, определяющие условия и режим труда обслуживающего персонала. Организация труда обслуживающего персонала. Критерии конкурентоспособности продукции и услуг предприятий сферы ресторанного бизнеса. Оценка конкурентоспособности. Пути повышения конкурентоспособности продукции и услуг в сфере ресторанного бизнеса. Разработка концепции ресторана. Мерчандайзинг как деятельность предприятия по стимулированию сбыта. Прогрессивные технологии обслуживания. Показатели культуры обслуживания. Конкурентоспособные стратегии предприятий сферы ресторанного бизнеса. Типология стратегий.</p> | 2 | - | 4 | - | 14/- | 20 | ПК-3.1 | ПК- 3.1 3-1 ПК- 3.1 У-1 | Гр. д. | Т. | Р. |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|--|----------|----------|----------|----------|-------------|------------|----------|--------------------------------|----------|----------|----------|
| | Проведение стратегии. Факторы формирования потребительских предпочтений. Методы обеспечения конкурентоспособности. Программы стимулирования. Специальные формы обслуживания в практике предприятий | | | | | | | | | | | |
| 6 | Тема 6. Инструменты исследования рынка. Классификация методов маркетинговых исследований. Цели исследования: потребность потребителей, реакция потребителей, восприятие клиентом, контроль обслуживания, исследование конкурентов, ключевые клиенты. Формализованные и неформализованные методы исследования рынка. Методы исследования рынка: опросы, тайный покупатель, эксперимент, имитационное моделирование и т.д.). Регулярность проведения исследований рынка. Методика сбора и обработки информации в процессе проведения исследований рынка. | - | - | - | - | 14/- | 14 | ПК-3.1 | ПК-3.1 3-1 ПК-3.1 У-1 | - | К/р. | Р. |
| | <i>Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)</i> | - | - | - | - | -/2 | - | - | - | - | - | - |
| | <i>самостоятельная работа в период экз. сессии (СРэк)</i> | - | - | - | - | 2/- | - | - | - | - | - | - |
| | Итого | 8 | 6 | 4 | - | 88/2 | 108 | х | х | х | х | х |

Формы учебных заданий на аудиторных занятиях:

Опрос (О.)

Групповая дискуссия (Гр.д.)

Формы текущего контроля:

Тест (Т.)

Контрольная работы (К/р)

Кейс (К.)

Формы заданий для творческого рейтинга:

Реферат/доклад (Р., Д.)

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебник для бакалавров / А. Т. Васюкова, Т. Р. Любецкая; под ред. проф. А. Т. Васюковой. — 3-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 416 с. - ISBN 978-5-394-03803-7. - Текст: электронный. – URL Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=431694>
2. Современные формы обслуживания в ресторанном бизнесе: Учебное пособие/Т.А. Джум, Г.М. Зайко - М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 528 с.: 60x90 1/16. - (Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-9776-0369-0 - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=398594>
3. Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы: учебное пособие / под ред. Л. С. Латышовой. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К, 2021. - 142 с. - ISBN 978-5-394-04173-0. - Текст: электронный. - URL Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=371006>

Дополнительная литература:

1. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебное пособие / Г. М. Зайко, Т. А. Джум. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2021. - 560 с. - ISBN 978-5-9776-0060-6. - Текст: электронный. - URL Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=387355>
2. Культура ресторанного сервиса: Учебное пособие/ Федцов В.Г.- 7-е изд. – Москва. Дашков и К. 2019. - 248с. ISBN 978-5-394-03326-1; Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358289>
3. Фридман, А. М. Экономика предприятия общественного питания: учебник для бакалавров / А. М. Фридман. — 2-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 462 с. - ISBN 978-5-394-03538-8. - Текст: электронный. – URL Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=432273>
4. Технология и организация ресторанного бизнеса и питания туристов: учебник / С.А. Быстров - М.: ИНФРА-М, 2019. – 536 с. – (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-012812-2; - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=333159>
5. Магомедов, Ш. Ш. Управление качеством продукции: учебник / Ш. Ш. Магомедов, Г. Е. Беспалова. — 2-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 334 с. - ISBN 978-5-394-03562-3. - Текст: электронный. - URL Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358503>

Нормативные правовые документы:

1. ГОСТ 31985-2013 Услуги общественного питания. Термины и определения. https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165477/
2. ГОСТ 30389-2013 Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования. https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124542/
3. ГОСТ 30390-2013 Услуги общественного питания. Продукция общественного питания, реализуемая населению. Общие технические условия. <https://docs.cntd.ru/document/1200107326>
4. ГОСТ 31984-2012 Услуги общественного питания. Общие требования. <https://docs.cntd.ru/document/1200103455>

5. ГОСТ 30524-2013 Услуги общественного питания. Требования к персоналу. <https://docs.cntd.ru/document/1200107327>
6. ГОСТ 32692-2014 Услуги общественного питания. Общие требования к методам и формам обслуживания на предприятиях общественного питания. <https://docs.cntd.ru/document/1200111506>
7. ГОСТ 30494-2011 Здания жилые и общественные. Параметры микроклимата в помещениях. <https://docs.cntd.ru/document/1200095053>
8. ГОСТ 31986-2012 Услуги общественного питания. Метод органолептической оценки качества продукции общественного питания. <https://docs.cntd.ru/document/1200103472>
9. ГОСТ 31987-2012 Услуги общественного питания. Технологические документы на продукцию общественного питания. Общие требования к оформлению, построению и содержанию. <https://docs.cntd.ru/document/1200103473>
10. ГОСТ 32691-2014 Услуги общественного питания. Порядок разработки фирменных и новых блюд и изделий на предприятиях. <https://docs.cntd.ru/document/1200111505>

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. <https://www.consultant.ru/> - Справочно-правовая система Консультант Плюс;
2. <https://www.garant.ru/products/ipo/> - Справочно-правовая система Гарант.

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. База данных стандартов и регламентов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт) <https://www.rst.gov.ru/portal/gost>
2. Российский архив государственных стандартов, а также строительных норм и правил (СНиП) и образцов юридических документов (РАГС) <http://www.rags.ru/gosts/2874/>
3. База данных Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека <https://www.rospotrebnadzor.ru/documents/documents.php>

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. <http://frio.ru/> - Федерация Рестораторов и Отельеров
2. <https://eda.ru/recepty> - Рецепты блюд кухонь народов мира, самые интересные варианты
3. <http://www.gastronom.ru/> - Портал рестораторов кухня мира
4. https://ecodiet.ru/recepty/kuhni_narodov_mira.html - Национальные кухни разных стран

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Операционная система Windows 10 PRO

Пакет прикладных программ Microsoft Office Professional Plus 2016 (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)

Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition 250-499 Node,

Программное обеспечение утилиты PeaZip,

Adobe Acrobat Reader DC.

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «*Концептуальные решения в ресторанном бизнесе*» обеспечена:

для проведения занятий лекционного типа:

- учебной аудиторией, оборудованной учебной мебелью, мультимедийными средствами обучения для демонстрации лекций-презентаций;

для проведения занятий семинарского типа:

- учебными аудиториями для проведения практических занятий, оборудованным учебной мебелью и техническими средствами обучения, учебно-наглядными пособиями, служащими для представления учебной информации студентам;

для самостоятельной работы:

- помещением для самостоятельной работы, оснащенным компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде университета.

IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

- Методические рекомендации по организации и выполнению внеаудиторной самостоятельной работы
- Методические указания по подготовке и оформлению рефератов
- Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов
- Положение об учебно-исследовательской работе студентов
- Методическое пособие по выполнению контрольной работы.
- Методическое пособие по выполнению практических работ с использованием инновационных технологий обучения и организации самостоятельных работ.

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ И УМЕНИЙ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы обучающегося. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы обучающегося осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в процессе освоения дисциплины «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе» в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Таблица 4

| Виды работ | Максимальное количество баллов |
|---|---------------------------------------|
| Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях | 20 |
| Текущий контроль | 20 |
| Творческий рейтинг | 20 |
| Промежуточная аттестация (<i>зачет с оценкой</i>) | 40 |
| ИТОГО | 100 |

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний обучающихся «преподаватель кафедры, непосредственно ведущий занятия со студенческой группой, обязан проинформировать группу о распределении рейтинговых баллов по всем видам работ на первом занятии учебного модуля (семестра), количестве модулей по учебной дисциплине, сроках и формах контроля их освоения, форме промежуточной аттестации, снижении баллов за несвоевременное выполнение выданных

заданий. Обучающиеся в течение учебного модуля (семестра) получают информацию о текущем количестве набранных по дисциплине баллов через личный кабинет студента».

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные материалы по дисциплине разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных материалы в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Перечень вопросов к зачету с оценкой:

- 1 Идея и концепция ресторана.
- 2 Концепция и маркетинговые исследования..
- 3 Основные факторы, влияющие на выбор того или иного концептуального решения..
- 4 Разделы концепции: название, меню, дополнительные услуги, экономика проекта, реклама и маркетинг, персонал и обслуживание, дизайн, ценовая политика..
- 5 Местозависимые и местонезависимые рестораны..
- 6 Концепция деятельности ресторанной сети..
- 7 Концепция деятельности гостиничного ресторана.
- 8 Концепция деятельности ресторана выездного обслуживания.
- 9 Концепция деятельности кофейни как современного вида ресторанного бизнеса.
- 10 Концепция сети ресторанов быстрого питания
- 11 Название предприятия как одна из важнейших констант фирменного стиля. Определение и основные требования к фирменному наименованию. Право на фирменное наименование.
- 12 Товарный знак – «визитная карточка» ресторана. История товарного знака. Основные требования к разработке товарного знака. Регистрация товарного знака и правовая защита.
- 13 Классификация логотипов. Функции логотипа. Этапы создания логотипа ресторана
- 14 Слоган – словесный символ ресторана. Типы слоганов. Факторы, влияющие на эффективность слогана. Практика использования слогана
- 15 Фирменный блок, фирменный комплект шрифта, требования к выбору шрифта. Фирменный набор цветов.
- 16 Связь меню и концепции ресторана
- 17 Методика составления меню в рамках концепции ресторана
- 18 Предпосылки формирования меню
- 19 Меню ресторана самообслуживания..
- 20 Система организации информации в меню.
- 21 Праздники и меню
- 22 Детское меню.
- 23 Сезонное меню
- 24 Внешний вид меню. Требования по удобству пользования
- 25 Периодичность обновления меню.
- 26 Разработка оригинальных названий и описания для меню
- 27 Характеристика классического стиля (ампир, барокко, рококо) оформления зала предприятия общественного питания.
- 28 Характеристика готического стиля оформления зала предприятия общественного питания.
- 29 Характеристика стиля модерн при оформлении зала предприятия общественного

- питания.
- 30 Основные принципы хай-тек при оформлении зала предприятия питания.
- 31 Характеристика восточного стиля оформления зала предприятия общественного питания.
- 32 Характеристика стиля кантри при оформлении зала ресторана с русской кухней
- 33 Характеристика неорусского стиля оформления зала предприятия общественного питания.
- 34 Концептуальные решения по созданию различных цветовых композиций с учетом различных типов предприятий питания и целевых аудиторий
- 35 Тенденции дизайна
- 36 Средства гармонизации композиции практикуемые при оформлении интерьера связанного с организацией внутреннего пространства
- 37 Взаимосвязь дизайн-концепции интерьера с фирменным стилем ресторана.
- 38 Элементы фирменного стиля. Дизайн меню и карты вин
- 39 Модные тенденции современности при разработки интерьеров предприятия общественного питания
- 40 Психология восприятия интерьера как среды
- 41 Меню как один из главных способов в представлении товара. Дизайн меню
- 42 Аксессуары и требования внешнего обслуживания
- 43 Техническая эстетика и дизайн в ресторане.
- 44 Формирование бренда на ресторанном рынке
- 45 Концепции позиционирования предприятия общественного питания.
- 46 Ключевые компетенции предприятия общественного питания.
- 47 Концепция организации питания и обслуживанию участников симпозиумов, конференций, семинаров совещаний.
- 48 Концепция организации и обслуживанию торжеств, семейных обедов, тематических и ритуальных мероприятий.
- 49 Концепция организации питания и обслуживания в местах массового отдыха и культурно-массовых мероприятий.
- 50 Концептуальные подходам к способам достижения лояльности клиентов в ресторанной практике.
- 51 Рекламная политика предприятия питания.
- 52 Диагностика деятельности ресторана
- 53 Связь меню и концепции ресторана
- 54 Концептуальная модель качества обслуживания для заведений сферы ресторанного бизнеса
- 55 Известные способы увеличения продаж в ресторанной практике
- 56 Характеристика составляющих комфортности ресторана
- 57 Базовые принципы учитываемые при оформлении меню с целью активизации продаж кулинарной продукции на предприятии питания
- 58 Организация внутреннего пространства помещений с учетом принадлежности к определенной функциональной группе, характерной для предприятия общественного питания
- 59 Система формирования ассортимента на предприятиях питания
- 60 Программы стимулирования клиентов предусмотренные в ресторанной практике, связанные с концептуальными решениями
- 61 Продвижение товаров и услуг ПОП. Задачи и методы.
- 62 Анализ эффективности маркетинговых мероприятий ПОП
- 63 Использование концептуальных решений ПОП в разработке маркетинговой стратегии
- 64 Разработка технологических документов ПОП с учетом концепции предприятия
- 65 Бренд бук ПОП. Назначение и содержание.

- 66 Масштабирование концепций ПОП.
- 67 Независимые ПОП и франчайзи. Достоинства и недостатки построения бизнеса основываясь на концепциях, описанных выше.
- 68 Обоснование использования фьюжн концепций в современных ПОП
- 69 Связь способов обслуживания и концепций ПОП
- 70 Связь теории цвета и концепций ПОП
- 71 Современные концепции ПОП в курортной зоне РФ
- 72 Современные концепции ПОП на картах винного туризма РФ

Типовые практические задания к зачету с оценкой

1. Дайте определение технической эстетики. Укажите мероприятия, которые нужно провести в ресторанах для внедрения в них достижений технической эстетики, базируясь на практику деятельности ресторанов города

2. Как проявляется эстетический вкус официанта в его облике? Почему считается, что внешний вид официанта – это визитная карточка ресторана?

3. Перечислите задачи дизайнера в ресторане и каким, с вашей точки зрения, эстетическим требованиям должен отвечать фасад здания и интерьер современного ресторана

4. Как с помощью рекламной кампании можно формировать благоприятный имидж ресторана? Ответ обоснуйте примерами из практики действующих ресторанов города

5. В центре города открывается ресторан русской кухни высшего класса на 100 мест с кондитерским цехом и магазином кулинарии. Задание: составьте меню и предложите услуги, обеспечивающие создание для потребителей повышенного уровня комфортности и высокую рентабельность предприятия

Типовые тестовые задания:

1. Результата взаимодействия клиента с персоналом представляет собой

- а. техническое качество предприятия сферы ресторанного бизнеса
- б. функциональное качество предприятия сферы ресторанного бизнеса
- в. Этическое качество предприятия сферы ресторанного бизнеса

2. С каким видом качества связаны оптимизация организационной структуры управления, профессиональные стандарты, должностные инструкции, обеспечивающие стандарт выполнения оперативных процессов?

- а. техническое качество предприятия сферы ресторанного бизнеса
- б. функциональное качество предприятия сферы ресторанного бизнеса
- в. Этическое качество предприятия сферы ресторанного бизнеса

3. Гарант предприятия сферы ресторанного бизнеса в том, что предлагаемые услуги являются безопасными для потребителей и окружающей среды – это:

- а. техническое качество предприятия сферы ресторанного бизнеса
- б. функциональное качество предприятия сферы ресторанного бизнеса
- в. Этическое качество предприятия сферы ресторанного бизнеса

4. Перечислите участников, пересечение интересов которых формируют объективный уровень качества обслуживания в предприятии сферы ресторанного бизнеса

5. Неэффективное проведение маркетинговых исследований и отсутствие обратной связи приводит к различиям реального и ожидаемого уровней обслуживания вследствие нестыковки интересов:

- а. руководства и персонала
- б. руководства и клиентов
- в. клиентов и персонала

Типовые кейсы:

Кейс № 1

Составьте анкету опроса по выявлению потребностей в услугах предприятия сферы ресторанного бизнеса. Проведите опрос по выявлению потребностей посетителей на конкретном действующем предприятии. Обобщите результаты, сделайте их анализ и дайте рекомендации по удовлетворению потребностей, оцените уровень их конкурентоспособности.

Кейс № 2

Разработайте программу презентации для одного из действующих предприятий сферы ресторанного бизнеса с целью формирования спроса и стимулирования сбыта его продукции и услуг.

Примеры вопросов для опроса:

1. Какие этапы объединяет комплекс мероприятий по формированию спроса в сфере ресторанного бизнеса?
2. Какие принципы необходимо учитывать при составлении меню?
3. Что относится к основным элементам фирменного стиля предприятия общественного питания?
4. Что собой представляет метод количественной оценки меню и в чем его основное значение для коммерческой деятельности предприятия питания?
5. Что собой представляет «брендбук»?

Примеры тем групповых дискуссий:

1. Какие моменты включает в себя система формирования ассортимента на предприятиях питания?
2. Какие стандартные ошибки допускают рестораторы при составлении меню и какие способы их исправления можно рекомендовать?
3. Какие базовые принципы необходимо учесть при оформлении меню с целью активизации продаж кулинарной продукции на предприятии питания?
4. Какие мероприятия включены в процесс продвижения ресторанных услуг и чем представлено содержание каждого из них?
5. Какие способы увеличения продаж известны в ресторанной практике?
6. Чем отличается кросс-селлинг от ап-селлинга?

Примеры типовых заданий для контрольной работы:

1. Дайте определение технической эстетики. Укажите мероприятия, которые нужно провести в ресторанах для внедрения в них достижений технической эстетики, базируясь на практику деятельности ресторанов города.
2. Перечислите задачи дизайнера в ресторане и каким, с вашей точки зрения, эстетическим требованиям должен отвечать фасад здания и интерьер современного ресторана.

Тематика рефератов:

1. Фирменный стиль предприятия общественного питания как важнейший компонент его благоприятного имиджа
2. Описание смысла и значения тренингов для персонала предприятия питания, посвященных умению работать в команде и стимулировать гостей заполнять персональные анкеты по их удовлетворенности сервисом ресторана
3. Процесс управления брендингом предприятия питания
4. Рекламная политика предприятия питания

5. Сильный бренд – сильные эмоции

Тематика докладов:

1. Примеры проектных решений кафе,
2. Примеры проектных решений ресторанов,
3. Примеры проектных решений столовых промышленных предприятий,
4. Примеры проектных решений столовых высших и средних специальных учебных заведений,
5. Примеры проектных решений школьных столовых и буфетов.

Типовая структура зачетного задания

| <i>Наименование оценочного материала</i> | <i>Максимальное количество баллов</i> |
|---|---------------------------------------|
| 1. Концепции позиционирования предприятия общественного питания. | 13 |
| 2. Рекламная политика предприятия питания. | 13 |
| 3. В торговом центре города открывается детское кафе на 30 мест. Задание: предложите услуги для детей и их родителей, включая услуги питания, досуга и другие (ГОСТ 30389-2013 и ГОСТ 31984-2012) | 14 |

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

Таблица 5

| Шкала оценивания | Формируемые компетенции | Индикатор достижения компетенции | Критерии оценивания | Уровень освоения компетенций |
|------------------|-------------------------|--|--|------------------------------|
| 85 – 100 баллов | «отлично» | ПК-3. Способен разрабатывать системы мероприятий по повышению эффективности технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов | ПК-3.1. Проводит маркетинговые исследования передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов Знает верно и в полном объеме: технологии маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов, используют результаты маркетинговых исследований для разработки концепции предприятия питания Умеет верно и в полном объеме: использовать информационные и телекоммуникационные технологии сбора, размещения, хранения, накопления, | Продвинутый |

| | | | | | |
|-----------------------|----------------------------|--|---|---|-------------------|
| | | | | преобразования и передачи данных в профессионально ориентированных информационных системах в сфере маркетинга предприятий общественного питания; разрабатывать концепцию предприятия питания | |
| 70 – 84 баллов | «хорошо» | ПК-3. Способен разрабатывать системы мероприятий по повышению эффективности технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов | ПК-3.1. Проводит маркетинговые исследования передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов | <p>Знает с незначительными замечаниями: технологии маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов, используют результаты маркетинговых исследований для разработки концепции предприятия питания</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: использовать информационные и телекоммуникационные технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в профессионально ориентированных информационных системах в сфере маркетинга предприятий общественного питания; разрабатывать концепцию предприятия питания</p> | Повышенный |
| 50 – 69 баллов | «удовлетворительно» | ПК-3. Способен разрабатывать системы мероприятий по повышению эффективности технологических процессов производства продукции | ПК-3.1. Проводит маркетинговые исследования передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства продукции общественного | <p>Знает на базовом уровне, с ошибками: технологии маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продукции общественного питания массового изготовления</p> | Базовый |

| | | | | | |
|-----------------|-----------------------|--|---|---|------------------------------------|
| | | общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов | питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов | и специализированных пищевых продуктов, используют результаты маркетинговых исследований для разработки концепции предприятия питания Умеет на базовом уровне, с ошибками: использовать информационные и телекоммуникационные технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в профессионально ориентированных информационных системах в сфере маркетинга предприятий общественного питания; разрабатывать концепцию предприятия питания | |
| менее 50 баллов | «неудовлетворительно» | ПК-3. Способен разрабатывать системы мероприятий по повышению эффективности технологических процессов производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов | ПК-3.1. Проводит маркетинговые исследования передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов | Не знает на базовом уровне: технологии маркетинговых исследований рынка продукции и услуг в области производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов, используют результаты исследований для разработки концепции предприятия питания Не умеет на базовом уровне: использовать информационные и телекоммуникационные технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в профессионально ориентированных информационных системах в сфере маркетинга предприятий | Компетенции не сформированы |

| | | | | | |
|--|--|--|--|---|--|
| | | | | общественного питания; разрабатывать концепцию предприятия питания | |
|--|--|--|--|---|--|

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Факультет экономики, менеджмента и торговли
Кафедра товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.24 КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Направление подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания

**Направленность (профиль) программы
«Технология и организация ресторанного бизнеса»**

Уровень высшего образования Бакалавриат

Краснодар – 2023 г.

1. Цель и задачи дисциплины:

Целью дисциплины «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе» является развитие компетенций в области разработки и внедрения концепций предприятий ресторанного бизнеса на основании маркетинговых исследований передового отечественного и зарубежного опыта в области сервисной деятельности и услуг, технологии производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов.

Задачи дисциплины «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»:

- изучить технологии рынка продукции и услуг в области производства продукции общественного питания массового изготовления и специализированных пищевых продуктов;
- научить использовать результаты маркетинговых исследований для разработки концепции предприятия питания;
- научить использовать информационные и телекоммуникационные технологии сбора, размещения, хранения, накопления, преобразования и передачи данных в сфере разработки концепции предприятий ресторанного бизнеса;
- научить разрабатывать концепцию предприятия питания.

2. Содержание дисциплины:

| № п/п | Наименование разделов / тем дисциплины |
|--|---|
| 1. | Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе. |
| 2. | Разработка фирменного стиля в соответствии с концепцией ресторана |
| 3. | Меню, как часть фирменного стиля ресторана |
| 4. | Дизайн экстерьера и интерьера ресторана |
| 5. | Сервисная часть концепции ресторана |
| 6. | Инструменты исследования рынка. |
| Трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е / 108 часов. | |

Форма контроля – зачет с оценкой

Составитель:

к.т.н., доцент кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова

Р.В. Брюшков