

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 18.09.2025 16:20:52

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f408a5169

Приложение 6

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 торговли и общественного питания

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине

Б1.В.02 Сервисная деятельность предприятий питания

**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 2021

Краснодар - 2021 г.

Составитель:

к.э.н., доцент кафедры торговли и
общественного питания

М.А. Дубинина

Оценочные материалы одобрены на заседании кафедры торговли и
общественного питания

протокол № 6 от «21» января 2021 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «Сервисная деятельность предприятий питания»

ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код и наименование компетенции)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование индикатора)	Результаты обучения (знания, умения)	Наименование контролируемых разделов и тем
ПК-4. Способен управлять материальными ресурсами и персоналом департаментов (служб, отделов) предприятия питания	ПК-4.1. Формирует системы бизнес-процессов, регламентов и стандартов предприятия питания	ПК-4.1. 3-1. ПК-4.1. У-1.	Тема 1. Общая характеристика процесса обслуживания Тема 2. Характеристика торговых помещений. Столовые приборы, посуда, белье Тема 3. Информационное обеспечение процесса обслуживания Тема 4. Этапы организации обслуживания Тема 5. Обслуживание потребителей в ресторанах. Обслуживание приемов и банкетов Тема 6. Специальные виды услуг и формы обслуживания Тема 7. Управление качеством и стратегия обслуживания в заведениях сферы ресторанного бизнеса
ПК-5. Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами	ПК-5.2. Разрешает проблемные ситуации потребителей, партнеров и заинтересованных сторон	ПК-5.2. 3-1. ПК-5.2. У-1.	Тема 1. Общая характеристика процесса обслуживания Тема 2. Характеристика торговых помещений. Столовые приборы, посуда, белье Тема 3. Информационное обеспечение процесса обслуживания Тема 4. Этапы организации обслуживания Тема 5. Обслуживание потребителей в ресторанах. Обслуживание приемов и банкетов Тема 6. Специальные виды услуг и формы обслуживания Тема 7. Управление качеством и стратегия обслуживания в заведениях сферы ресторанного бизнеса

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Перечень учебных заданий на аудиторных занятиях **Опрос**

Тема 1. Общая характеристика процесса обслуживания

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

Вопросы для собеседования:

1. Что отражает тематическая и типологическая направленность ресторана?
2. Как различаются бары по уровню комфортности?
3. Дайте определение услуги общественного питания.
4. Дайте определение процесса обслуживания.
5. Дайте характеристику сетевых и независимых ресторанов.
6. Дайте характеристику различных форм самообслуживания.
7. Дайте характеристику прогрессивных технологий обслуживания.
8. Перечислите методы обслуживания в предприятиях и дайте их характеристику.
9. От чего зависят виды, методы и формы обслуживания на предприятиях?
10. Дайте определение методов и форм обслуживания.

Тема 2. Характеристика торговых помещений. Столовые приборы, посуда, белье

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

Вопросы для собеседования:

1. Перечислите виды торговых помещений.
2. Какие нормы площади на одно место утверждены для различных типов предприятий общественного питания?
3. Дайте характеристику гардероба.
4. Дайте определение интерьера зала.
5. Какие требования предъявляются к интерьеру залов ресторанов и баров различных классов?
6. Какие приемы применяются при решении современных интерьеров предприятий?
7. Сформулируйте требования к освещению залов.
8. Каково значение цвета в интерьере зала?
9. Каковы требования к температурному режиму и вентиляции зала?
10. Назначение сервис-бара (буфета) в ресторанах, их характеристика.
11. Каковы назначение и характеристика сервисной?
12. Расскажите о моечной столовой посуды. Каковы требования к мойке посуды?
13. Каковы современные требования к мебели залов ресторанов и баров?
14. Назовите виды столовой посуды и приборов, перечислите требования к ним.
15. Дайте характеристику фарфорово-фаянсовой посуды.
16. Перечислите ассортимент фарфорово-фаянсовой посуды.
17. Назовите виды фарфорово-фаянсовой посуды для подачи хлеба и холодных закусок.
18. Перечислите виды посуды для подачи вторых блюд.
19. Перечислите ассортимент керамической посуды.
20. Дайте характеристику хрустальной и стеклянной посуды.
21. Перечислите ассортимент стеклянной посуды.
22. Перечислите ассортимент вспомогательных столовых приборов. Каковы их отличительные особенности и назначение?
23. Что представляет собой деревянная и пластмассовая посуда?
24. Какие виды столового белья вам известны? Каковы их отличительные особенности?

25. Что вам известно о металлической посуде?
26. Какие приборы относятся к основным? Каковы их отличительные особенности и назначение?

Тема 3. Информационное обеспечение процесса обслуживания

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

Вопросы для собеседования:

1. Что такое меню и какие факторы учитываются при его составлении?
2. От чего зависит ассортимент блюд на предприятиях общественного питания?
3. Приведите примеры ассортимента блюд в ресторанах и барах разных классов.
4. Каков порядок расположения блюд и закусок в меню?
5. Каков порядок расположения винно-водочных изделий в карте вин?
6. Что такое дежурные блюда и как они отражаются в меню?

Тема 4. Этапы организации обслуживания. Подготовительный этап

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

Вопросы для собеседования:

1. Каковы требования к расстановке мебели, варианты расстановки?
2. Перечислите правила расстановки других видов оборудования торгового зала.
3. Как подготавливают столовую посуду и приборы к обслуживанию?
4. Как готовят приборы со специями?
5. Каковы основные правила накрытия столов скатертями?
6. Сформулируйте основные правила сервировки столов.
7. Какие вы знаете варианты складывания салфеток?
8. Какие вам известны виды сервировки столов?
9. Какие личные принадлежности должен иметь официант при обслуживании гостей?
10. В чем состоит подготовка рабочего места официанта?
11. Какие требования предъявляются к внешнему виду официанта?
12. На что акцентирует внимание метрдотель во время инструктажа официантов?
13. Укажите последовательность при влажной уборке зала.
14. Укажите последовательность при сухой уборке зала.

Тема 5. Обслуживание потребителей в ресторанах. Обслуживание приемов и банкетов

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

Вопросы для собеседования:

1. Опишите процедуру встречи потребителей и размещения за столами.
2. Как осуществляются прием заказа и его выполнение? Что должен знать и уметь официант?
3. Каков порядок расчета потребителя по окончании обслуживания?
4. Как осуществляются уборка и замена использованных тарелок и приборов?
5. Какими слагаемыми определяется культура обслуживания?
6. Какими критериями определяется уровень обслуживания на предприятиях питания за рубежом?
7. Какие существуют способы обслуживания?
8. При какой температуре подаются основные алкогольные и безалкогольные напитки?
9. Каковы основные требования к подаче холодных блюд и закусок?
10. Каковы правила подачи икры зернистой и паюсной?
11. Что такое салат-коктейль и в чем его подают?
12. Как подают бутерброды?
13. Что относится к горячим закускам и в чем их подают?
14. Температура и правила подачи горячих и холодных супов.
15. В чем особенности подачи прозрачных супов и супов-пюре?

16. В каком случае используют супницу?
17. Основные способы подачи вторых блюд.
18. Особенности подачи вторых рыбных блюд.
19. Правила подачи вторых мясных блюд.
20. Правила подачи овощных блюд.
21. Правила подачи сладких блюд.
22. Правила подачи безалкогольных горячих напитков.
23. Как оформляется заказ на банкет?
24. Что включает организационная подготовка к проведению банкета?
25. Отличия и особенности организации банкетов с полным и частичным обслуживанием.
26. Особенности организации банкета-фуршета.
27. Особенности организации банкета-коктейля.
28. В чем особенности организации и проведения банкета-чай, банкета- кофе и кофе-break?
29. Прием «фондю»: традиции проведения и особенности организации.

Тема 6. Специальные виды услуг и формы обслуживания. Услуги по организации обслуживания иностранных туристов

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

Вопросы для собеседования:

1. Что такое прием «шведский стол»? Особенности организации.
2. Особенности обслуживания праздничных вечеров: дни рождения, юбилеи, Новый год и пр.
3. Что такое кейтеринг? Виды кейтеринга.
4. Какие существуют способы вхождения в сферу кейтеринга?
5. Итальянцы широко используют в пищу макаронные изделия, к ним подают масло, тертый сыр, различные соусы, также разнообразные овощи, рыбу, морепродукты, а что, учитывая особенности питания, нецелесообразно предлагать?
6. Что характерно при организации питания французов?
7. Почему в Дании бутерброд называют королем кухни?
8. Из кухонь Восточной и Центральной Европы какая наиболее близка к русской и украинской?
9. Учитывая особенности питания, что нецелесообразно предлагать туристам из арабских стран?
10. Какая из африканских кухонь наиболее схожа с французской, испанской и итальянской, а какая – с кухней стран Ближнего Востока?
11. Что наиболее характерно для американской и канадской кухни?
12. Почему туристам из латинской Америки (Аргентина, Бразилия, Мексика, Колумбия, Уругвай) не рекомендуется подавать блюда с майонезом и сметаной?
13. Почему туристам, что из Китая, что из Кореи не рекомендуются подавать молочные продукты и блюда из них?

Тема 7. Управление качеством и стратегия обслуживания в заведениях сферы ресторанного бизнеса

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

Вопросы для собеседования:

1. Что относится к факторам условий труда на предприятиях общественного питания?
2. Что входит в задачи рационализации труда и отдыха персонала?
3. В чем преимущества звеньевой и бригадной форм обслуживания?
4. Какие работники предприятия общественного питания относятся к обслуживающему

персоналу? По каким критериям оценивается их работа?

5. Какие требования предъявляются к обслуживающему персоналу всех типов?

6. Как в большинстве случаев выглядит схема управления рестораном? Почему в ней менеджер по персоналу выделен в отдельное звено?

Критерии оценки:

0,5 балла выставляется студенту, если он свободно отвечает на теоретические вопросы и показывает глубокие знания изученного материала,

0,4 балла выставляется студенту, если его ответы на теоретические вопросы не достаточно полные, имеются ошибки при ответах на дополнительные вопросы,

0,3 балла выставляется студенту, если он отвечает на 50% задаваемых вопросов и частично раскрывает содержание дополнительных вопросов,

0,2 балла выставляется студенту, если он теоретическое содержание курса освоил частично или отсутствует ориентация в излагаемом материале, нет ответов на задаваемые дополнительные вопросы.

Групповая дискуссия

Тема 1. Общая характеристика процесса обслуживания

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

1. Многообразие организационных форм ресторанного обслуживания в современном мегаполисе

2. Понятие ресторанного сервиса. Специфика услуг как товара

3. Особенности организации обслуживания в ресторанах различных классов и специализаций

4. Методы обслуживания и их классификация в ресторанной практике

Критерии оценки:

1,5 балла выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, а ответ на него является исчерпывающим, т.е. охватывает все его существенные аспекты, в нем полно отражена относящаяся к вопросу законодательная и нормативно-правовая база,

1,0 балл выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, раскрывает основные понятия, относящиеся к предмету вопроса, но в ответе не полно отражена законодательная и нормативно-правовая база,

0,5 балла выставляется студенту, если он понимает суть вопроса, но не полно, не точно описывает предмет вопроса, а также отдельные основные понятия, относящиеся к области обсуждения, или в ответе присутствуют отдельные ошибочные положения, нечеткие формулировки,

0-0,2 балла ответ является неправильным в целом или содержит в основном ошибочные положения, не отражает суть обсуждения.

Задания для текущего контроля

Тестовые задания

Тема 1. Общая характеристика процесса обслуживания

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

1. Задачей психологии ресторанного сервиса является:

А. разработка методов воздействия на гостя для стимулирования совершения заказа

Б. изучение потребностей гостя, которыми они руководствуются при посещении ресторана

В. изучение спроса на различные блюда в зависимости от пола, возраста, индивидуальных особенностей гостей

Г. всё перечисленное

Д. ничего из перечисленного

2. Поможет ли рестораторам знание психологии клиентов при выборе своего сегмента рынка?

А. да

Б. нет

3. Выберите правильный стиль работы официанта с учетом типов темпераментов у клиентов

1. выждать пока гость успокоится и тактично продолжить прием заказа	А. клиент - холерик
2. заострить внимание на предлагаемом меню	Б. клиент - сангвиник
3. снять заторможенность в высказывании своих пожеланий	В. клиент - меланхолик
4. создать уверенность в правильности заказа	Г. клиент - флегматик

4. Выберите соответствие между темпераментом, которым обладают посетители и их поведением в зале

1. ровны в поведении, терпеливы, малоактивны	А. клиент - флегматик
2. жизнерадостны, быстро входят в контакт	Б. клиент - холерик
3. вспыльчивы, настроение неустойчиво, прямолинейны	В. клиент - сангвиник
4. стеснительны, нерешительны, медленно осваивается в новой обстановке	Г. клиент - меланхолик

5. Направлен ли стиль обслуживания в ресторане на удовлетворение потребностей гостей?

А. да

Б. нет

6. С учетом специфики своей деятельности в зале официант должен

А. больше говорить

Б. больше слушать гостя

Ответ обоснуйте

7. Имидж ресторана можно рассматривать как:

А. фактор доверия к ресторану посетителей

Б. фактор процветания ресторана

В. все ответы верны

Г. все ответы не верны

8. В процессе оптимизации меню учитываются его позиции, среди которых выделяют «звезды» - это

А. очень популярные позиции, но на них не следует торопиться повышать цену

Б. самые «топовые» позиции в меню, изменениями не затрагиваются

В. не обладают популярностью именно из-за высоких цен

Г. не примечательные позиции, снижающие эффективность оборачиваемости сырья

9. В ресторане объектами дизайна являются:

А. форма меню, форма карты вин

Б. производственная среда

В. графические средства визуальной информации, реклама

Г. упаковка, документация

Д. одежда персонала

Е. все ответы верны

Ж. все ответы не верны

10. Установите соответствие между терминами и их определениями:

1. служебный этикет	А. изучает нравственный аспект норм и правил профессионального поведения
2. профессиональный этика	Б. характеризует внешнее проявление норм и правил профессионального поведения

11. Выберите оптимальное соответствие между группами сегментов (потенциальных потребителей услуг П.О.П.) и их восприятием по отношению наиболее подходящего для них заведения сферы ресторанного бизнеса по имиджу:

1. молодёжь	А. элитность заведения
2. бизнесмены	Б. современность заведения
3. карьеристы	В. соответствие имиджа заведения моде
4. модницы	Г. тусовочность заведения
5. домохозяйки	Д. благоприятное впечатление о кухне заведения и дружелюбная атмосфера

12. Процесс формирования бренда – это:

А. процесс наделяния предприятия общественного питания определенными чертами и атрибутами

Б. кусочки текста, картинки, фотографии, которые складываются в определенные образы

В. позиционирование какого-либо мероприятия

13. Физический план бренда ресторана находит своё выражение в таком аспекте как

А. всё что чувствует потребитель при посещении ресторана или при упоминании о нём

Б. всё что потребитель думает об этом ресторане

В. мебель, предметы сервировки, музыка, освещение, цветовое оформление, декоративно-художественные элементы

14. Ментальное воплощение бренда создаётся

А. полностью рестораторами, а потребителям остается только воспринимать их готовые идеи

Б. под воздействием впечатлений, полученных от посещения данного ресторана и мнений окружающих

В. под влиянием личного жизненного опыта потребителя

15. Какие факторы оказывают влияние на формирование бренда ресторана?

А. реклама

Б. PR-акции

В. соответствующая обстановка заведения

Г. меню

Д. сервис

Е. интерьер

Ж. все ответы верны

И. все ответы не верны

16. Концепция позиционирования ресторана отражается:

А. во внутреннем и внешнем оформлении предприятия общественного питания

Б. в названии, слогане и легенде

В. через рекламные материалы

Г. в ассоциациях потребителей

Д. все ответы верны

Е. все ответы не верны

17. Является ли интерьер ресторана носителем концепции?

А. да

Б. нет

18. Поставьте в правильной последовательности составляющие которые постепенно формируют интерьер заведения сферы ресторанного бизнеса:

- А. мебель
- Б. внутренняя отделка помещения
- В. интерьерные мелочи
- Г. тема окон
- Д. освещение
- Е. оформление туалетной комнаты
- Ж. оформление гардероба
- И. общее внутреннее состояние помещений (условия чистоты)

19. Чем служит музыка в ресторане?

- А. фоном
- Б. соло

20. При выборе посуды руководствуются концепцией заведения?

- А. да
- Б. нет

Тема 2. Характеристика торговых помещений. Столовые приборы, посуда, белье
Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

1. По виду материалы бывают: _____
2. Для производства фарфора используют: _____
- обжигают при температуре _____, покрывают _____
3. В основе фаянса _____
- обжигают при температуре _____
4. Фаянсовая посуда отличается от фарфоровой _____
5. Для производства стекла используют _____
6. Для производства хрусталя используют _____
7. Виды отделки хрусталя _____
8. Металлическая посуда бывает из _____
9. Противокоррозионная стойкость и улучшение внешнего вида достигается путем _____
10. Различают следующие виды тарелок _____
11. Тарелки _____ равны по диаметру: _____
- но отличаются _____
12. Икру можно подать _____
13. Для подачи хлеба, тостов, расстегаев, пирожков предназначена _____ тарелка, диаметром _____
14. Для подачи закусок предназначена _____ тарелка, диаметром _____
15. Для подачи вторых горячих блюд предназначена _____ тарелка, диаметром _____
16. Для подачи салатов предназначены _____, по вместимости _____, формой _____
17. Для подачи сельди, рыбных консервов в масле используют _____
18. Различают следующие виды чашек _____ с соответствующими вместимостями _____
19. В Средней Азии для подачи зеленого чая, кумыса используют _____, а для подачи плова, лагмана используют _____, отличительной особенностью которых _____

является _____

20. Для подачи водки, крепких настоек, наливок используют _____ рюмки, вместимостью _____
21. Для подачи крепленых вин используют _____ рюмки, вместимостью _____
22. Для подачи белых сухих и полусухих вин используют _____ рюмки, вместимостью _____
-
23. Для подачи красных столовых вин используют _____ рюмки, вместимостью _____
-
24. Для подачи шампанского используют _____ вместимостью _____, формами _____
-
25. Для безалкогольных напитков предназначены _____ вместимостью _____
26. Для подачи коктейлей, кофе-гляссе, соков, виски со льдом предназначены _____, которые бывают следующих форм _____.
27. Для подачи свежих ягод, муссов, цветных желе лучше использовать _____, а для подачи мороженого _____
28. Горячая закуска отличается от вторых горячих блюд _____, поэтому она чаще подается _____
-
29. Маленькая кастрюлька с длинной ручкой, на которую надевается папильотка, вместимостью _____ - это _____, предназначена _____.
30. Небольшая раковина на подставке, выполненная как одно целое - это _____, предназначена _____
31. Неглубокая посуда с двумя ручками, изготовленная из металла - это _____, предназначена _____.
32. Кроншель - это _____, служит для _____.
33. Баранчик отличается от металлического блюда тем, что _____.
-
34. Для подачи нескольких салатов одновременно; а также основного продукта с несколькими гарнирами используют _____
35. Для бифштекса по-деревенски и нескольких других фирменных блюд используют _____, представляющий собой _____
36. Для приготовления и подачи кофе по-восточному используют _____, вместимостью _____
-
37. Для приготовления кипятка и сервировки русского чайного стола используют _____
-
38. Приборы делят на две группы _____, для принятия пищи используют _____, а для раскладки блюд _____
39. К холодным блюдам и закускам подают _____ прибор, состоящий из _____
-
40. К рыбным блюдам подают _____ прибор, отличающийся тем, что _____
-
41. Для употребления 1 и 2 горячих блюд используют _____ прибор, состоящий из _____
-
42. Для сладких блюд _____, который чуть меньше _____ прибора, состоит из _____, а к фруктам - _____, состоящий из _____, отличающийся тем, что _____
43. Для раскладки блюд используют _____, к которым относятся: _____
-
44. Виды столового белья _____
45. При производстве столового белья используют следующие ткани _____, по цвету _____, с краями _____
-
46. Для покрытия столов используют _____, которые бывают двух видов _____ размерами _____
-
47. Для вытирания пальцев, покрытия подносов, а также при предварительной сервировке стола используют _____, следующих _____ размеров _____
-
48. При накрытии столов для банкета-фуршет используют _____

закрывающие ножки стола до самого пола (5-10 см от пола)

49. Для подачи блюд официантами используются _____, размером

50. Ассортимент и количество посуды и приборов для предприятий общественного питания определяется по _____, при этом учитываются следующие исходные данные _____

Тема 3. Информационное обеспечение процесса обслуживания

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

1. Меню – это

А. перечень алкогольных напитков и других сопутствующих товаров, предназначенный для доведение информации о наименовании напитков и цен на них

Б. средство информации, направленное на доведение до потребителя сведений о фирменном наименовании предприятия, его месторасположения, типе, классе предприятия общественного питания, его специализации, режиме работы, оказываемых услугах

В. важный носитель рекламы, в художественном оформлении которого выделяют основные элементы фирменной символики, создающих имидж предприятия для потребителей

Г. документ, предназначенный для информирования потребителей об ассортименте кулинарной и кондитерской продукции, напитков и других товаров, их количественных характеристиках, об исполнителе услуги, знаке обслуживания

Д. все ответы верны

2. Показать последовательность расположения блюд в меню

1. супы
2. мясные горячие блюда
3. рыбные горячие блюда
4. горячие блюда из домашней птицы и дичи
5. блюда из овощей, круп, бобовых, макаронных изделий, мучные
6. горячие закуски
7. фирменные блюда и закуски
8. рыбные холодные блюда и закуски
9. овощные и грибные закуски
10. мясные холодные блюда и закуски
11. нерыбные продукты моря
12. домашняя птица и дичь холодные
13. кисломолочные продукты
14. блюда из яиц и творога
15. сладкие блюда
16. кондитерские изделия
17. холодные напитки
18. горячие напитки

3. Меню фирменных блюд, заказных блюд, дежурных блюд являются разновидностями:

А. меню со свободным выбором блюд

Б. меню дневного рациона

В. специального меню

4. Какой вид меню позволяет реализовать принцип сбалансированного рациона по основным веществам и энергозатратам?

А. меню со свободным выбором блюд

Б. банкетное меню

В. комплексное меню

Г. меню дневного рациона

5. Какой вид меню учитывает особенности лечебного питания?

- А. детское меню,
- Б. школьное меню,
- В. меню дневного рациона,
- Г. комплексное меню,
- Д. диетическое меню

6. Какой вид меню составляется на основе физиологических норм?

- А. меню дневного рациона
- Б. комплексное меню
- В. школьное меню
- Г. банкетное меню

7. Какой вид меню составляется на основе пожеланий заказчика?

- А. меню со свободным выбором блюд
- Б. специальное меню
- В. банкетное меню
- Г. меню дневного рациона

8. Какой вид меню предусматривает 3-4 разовое питание?

- А. меню со свободным выбором блюд
- Б. комплексное меню
- В. диетическое меню
- Г. меню дневного рациона

9. Какой вид меню составляется для определенной категории граждан или в зависимости от характера проводимого мероприятия?

- А. меню со свободным выбором блюд
- Б. комплексное меню
- В. банкетное меню
- Г. специальное меню

10. По назначению кулинарная продукция общественного питания представляет собой:

- А. рыбные, мясные, овощные, грибные, молочные, мучные, фруктовые, ягодные и т.д. блюда
- Б. отварные, припущенные, жареные, тушеные, запеченные и т.д. блюда
- В. закуски, супы, вторые горячие блюда, напитки, мучные кондитерские изделия и т.д.
- Г. изделия для рационального, диетического, школьного, детского, лечебно-профилактического и т.д. питания
- Д. холодные, горячие, охлажденные кулинарные изделия
- Е. жидкие, полужидкие, густые, пюреобразные, вязкие, рассыпчатые блюда и изделия

11. Для какого банкета в меню не предусмотрены первые и вторые горячие блюда и с чем это связано?

- А. на банкете-коктейль
- Б. на банкете с полным обслуживанием официантами
- В. на банкете с частичным обслуживанием официантами
- Г. на банкете-чай

12. Единство стиля в интерьере достигается соотношением

- А. акустики, вентиляции, живых цветов на столах, музыки
- Б. росписи, керамики, чеканки, цветного стекла
- В. объемно-пространственного решения, цветовой композиции, приемов освещения и декоративных элементов
- Г. наименования предприятия, национальной кухни, особенностями обслуживания

13. Используемые при отделке помещений материалы должны обладать

- А. прочностью

- Б. огнестойкостью
- В. гигиеничностью
- Г. акустическими свойствами
- Д. все ответы верны
- Е. все ответы не верны

14. Площадь торговых помещений зависит от

- А. класса предприятия, уровня и сервиса обслуживания
- Б. типа предприятия и количества мест
- В. специализации предприятия по ассортименту и характеру обслуживаемого контингента потребителей

15. Комплексность обслуживания учитывает:

- А. комплекс методов и форм обслуживания и дополнительных услуг, связанных с реализацией продукции и организацией отдыха
- Б. органолептическую и лабораторную оценку продукции и ассортимент выпускаемой продукции
- В. скорость обслуживания потребителей, технику работы персонала, культуру поведения персонала при общении с гостями, соблюдение санитарно-гигиенических норм, соблюдение правил торговли
- Г. соответствие торговых помещений эстетическим требованиям, санитарно-гигиеническим требованиям, оснащенность торговых помещений предметами материально-технического назначения и их состояние

16. Такие разновидности стилей оформления интерьеров торгового зала предприятий общественного питания как ампи́р (европейский, русский), барокко, рококо относятся к:

- А. классическому стилю
- Б. готическому
- В. модерн
- Г. хай-тек
- Д. восточный
- Е. кантри
- Ж. неорусский

17. Современное направление интерьера, характеризующееся деревенской стилизацией, простотой решения, грубоватой добротностью натуральных материалов с идеей создания предприятия в народных традициях называется:

- А. классический стиль
- Б. готический
- В. модерн
- Г. хай-тек
- Д. восточный
- Е. кантри
- Ж. неорусский

18. Для какого стиля характерно использование современных материалов – пластика, металла, стекла и правильного освещения:

- А. классический стиль
- Б. готический
- В. модерн
- Г. хай-тек
- Д. восточный
- Е. кантри
- Ж. неорусский

19. К основным факторам, определяющим культуру обслуживания, относятся:

- А. наличие современной материально-технической базы

- Б. ассортимент и качество продукции
- В. внедрение прогрессивных форм обслуживания
- Г. профессиональное мастерство персонала
- Д. уровень рекламно-информационной работы
- Е. характер предоставляемых услуг
- Ж. все ответы верны
- З. все ответы не верны

20. Приемами мерчандайзинга являются

- А. розничная продажа, обслуживание в помещении, обслуживание вне ресторана, разъездная продажа (по контракту на поставку продукции), VIP-обслуживание
- Б. обслуживание участников съездов, форумов, конференций, обслуживание проживающих в гостинице, тематические мероприятия, обслуживание на различных видах транспорта, обслуживание в местах массового отдыха
- В. «Шведский стол», репинский стол, экспресс-стол, экспресс-зал, обслуживание с тележек
- Г. дизайн блюд и напитков, внедрение новых методов обслуживания, агитация в зале, убеждающая продажа, предложение в форме альтернатив

Тема 5. Обслуживание потребителей в ресторанах. Обслуживание приемов и банкетов
Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

1. Подготовка торгового зала к обслуживанию включает в себя:

- А. проверку состояния и наличия необходимых предметов: ручник, ключ от кассового аппарата, бланки счетов (пронумерованные и сброшюрованные), ключ и штопор для открывания бутылок, авторучка, носовой платок
- Б. встречу и размещение посетителей, прием и оформление заказов, передачу заказа на производство, получение и подачу буфетной продукции, получение и подачу заказных закусок, блюд, напитков, расчет с гостями
- В. уборку зала, расстановку мебели, получение и подготовку столовой посуды, приборов, столового белья, предварительную сервировку столов, инструктаж с официантами

2. Показать последовательность выполнения предварительной сервировки стола:

1- сервировка приборами, 2 - сервировка тарелками, 3 - расстановка стеклянной посуды, 4 - накрытие стола скатертью, 5 - оформление стола цветами, 6 - расстановка специй, 7 - раскладывание индивидуальных салфеток

- А. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
- Б. 7, 6, 5, 4, 3, 2, 1
- В. 4, 2, 1, 3, 7, 6, 5

3. Сервировка осуществляемая в соответствии с принятым заказом и с учетом ассортимента подаваемых блюд и напитков называется

- А. дополнительной
- Б. исполнительной
- В. банкетной
- Г. все ответы верны
- Д. все ответы не верны

4. Обслуживание потребителей в ресторане относится к

- А. подготовительному этапу обслуживания
- Б. основному
- В. завершающему

5. Подача блюд в обнос, т.е. перекладывание его в тарелку гостя, преимущественно с левой стороны относится к

- А. французскому способу подачи
- Б. английскому способу подачи
- В. европейскому способу подачи

- Г. русскому способу подачи
- Д. комбинированному способу подачи

6. Человек, ответственный за подачу напитков в ресторане, дающий советы по выбору вин и напитков и следящий за их подачей гостю вплоть до окончания обслуживания называется:

- А. сомелье
- Б. официант
- В. бармен
- Г. буфетчик
- Д. администратор зала
- Е. метрдотель

7. С учетом специфики своей деятельности в зале официант должен

- А. больше говорить
- Б. больше слушать гостя

8. Поможет ли рестораторам знание психологии клиентов при выборе своего сегмента рынка?

- А. да
- Б. нет

9. Задачей психологии ресторанного сервиса является:

А. разработка методов воздействия на гостя для стимулирования совершения заказа
Б. изучение потребностей гостя, которыми они руководствуются при посещении ресторана

В. изучение спроса на различные блюда в зависимости от пола, возраста, индивидуальных особенностей гостей

- Г. всё перечисленное
- Д. ничего из перечисленного

10. Что из перечисленной продукции относится к холодным закускам, с которых начинают подачу гостям в процессе обслуживания:

- А. икра зернистая
- Б. бульон прозрачный с гренками
- В. ассорти мясное
- Г. грибы маринованные
- Д. филе в соусе, гарнир – картофель фри
- Е. фрукты в ассортименте

11. К холодным закускам рекомендуется

- А. крепкие вина
- Б. водка, горькие настойки
- В. белые столовые вина
- Г. красные столовые вина

12. К горячим мясным блюдам предлагают

- А. сухие белые вина
- Б. красные сухие вина
- В. крепленые вина
- Г. шампанское

13. Прием – это

А. торжественно званый завтрак, обед или ужин, устраиваемый в честь какого-либо официального лица или события

Б. совокупность общепринятых правил, традиций, условий, соблюдаемых приглашенными лицами в межличностном общении

В. праздничное мероприятие, подчиняющиеся определенной теме, в соответствии с которой оформляется зал, разрабатывается меню, сервируется стол, составляется программа музыкального выступления

14. Разновидности приемов:

- А. за столом с полным обслуживанием, за столом с частичным обслуживанием, фуршет, коктейль, чай, комбинированный
- Б. «Рабочий Завтрак», «Бокал Вина», «Бокал Шампанского», Жур-фикс, Барбекю, Обед-Буфет
- В. Бизнес-ланч, воскресный бранч, кофе-брейк, шведский стол
- Г. Празднование Рождества, Встреча Нового года, Татьянин День, Праздник Святого Валентина, Масленица

15. Какой это вид банкета? Наиболее распространенный, носит неофициальный характер; на стол кроме индивидуальной сервировки расставляют холодные закуски, фрукты, напитки:

- А. Банкет-фуршет
- Б. Банкет-коктейль
- В. Банкет за столом с полным обслуживанием официантами
- Г. Банкет за столом с частичным обслуживанием официантами

16. Какой это вид банкета? В небольшом помещении обслуживается большое количество гостей; продолжительность банкета 1-2 часа; банкетные столы не расставляются:

- А. банкет-фуршет
- Б. банкет-коктейль
- В. банкет-чай
- Г. банкет коктейль-фуршет

17. Банкет организуемый женщиной для женщин с 16 до 18 часов за круглым (овальным) столом, обслуживание которого поручается мужчинам-официантам называется

- А. банкет с полным обслуживанием
- Б. банкет с частичным обслуживанием
- В. банкет фуршет
- Г. банкет чай
- Д. банкет коктейль
- Е. комбинированный банкет

18. На каком банкете стол могут сервировать посудой из стекла следующими вариантами: в два ряда, группами, елочкой, змейкой

- А. на банкете-фуршет
- Б. на банкете с полным обслуживанием официантами
- В. на банкете с частичным обслуживанием официантами
- Г. на банкете-коктейль
- Д. на банкете-чай

19. На каком банкете осуществляется протокольная рассадка гостей

- А. на банкете-фуршет
- Б. на банкете с полным обслуживанием официантами
- В. на банкете с частичным обслуживанием официантами
- Г. на банкете-коктейль
- Д. на банкете-чай

20. На каком банкете в процессе оформления банкетного зала предусмотрены при организации барные стойки

- А. на банкете-фуршет
- Б. на банкете с полным обслуживанием официантами
- В. на банкете с частичным обслуживанием официантами
- Г. на банкете-коктейль
- Д. на банкете-чай

21. Какой банкет в обязательном порядке включает 2 части: аперитив и

непосредственное обслуживание гостей за банкетным столом?

- А. на банкете-фуршет
- Б. на банкете с полным обслуживанием официантами
- В. на банкете с частичным обслуживанием официантами
- Г. на банкете-коктейль
- Д. на банкете-чай

22. Для какого банкета характерна следующая последовательность подачи в процессе обслуживания: вначале подают сладкие блюда, затем горячие напитки с кондитерскими изделиями и завершают фруктами, конфетами, орешками

- А. на банкете-фуршет
- Б. на банкете с полным обслуживанием официантами
- В. на банкете с частичным обслуживанием официантами
- Г. на банкете-коктейль
- Д. на банкете-чай

23. Для какого банкета в меню не предусмотрены первые и вторые горячие блюда и с чем это связано?

- А. на банкете-коктейль
- Б. на банкете с полным обслуживанием официантами
- В. на банкете с частичным обслуживанием официантами
- Г. на банкете-чай

24. Для какого банкета характерно деление зала на зоны обслуживания, каждая из которых закрепляется за группой официантов, при этом на 4 официантов выделяется 1 сборщик посуды?

- А. на банкете-коктейль
- Б. на банкете с полным обслуживанием официантами
- В. на банкете с частичным обслуживанием официантами
- Г. на банкете-чай

25. Для какого банкета характерно ограниченное по предлагаемому ассортименту меню, хотя и включающее изысканные, фирменные блюда, подобранные с учетом национальных вкусов гостей – участников банкета?

- А. на банкете-коктейль
- Б. на банкете с полным обслуживанием официантами
- В. на банкете с частичным обслуживанием официантами
- Г. на банкете-чай

Тема 6. Специальные виды услуг и формы обслуживания. Услуги по организации обслуживания иностранных туристов

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

1. Кейтеринг – это прогрессивная технология обслуживания в ресторанном бизнесе, представляющая собой:

- А. приготовление блюд в присутствии посетителей
- Б. предложение продукции и услуг в форме альтернативного выбора
- В. деятельность по стимулированию сбыта продукции и услуг общественного питания
- Г. организация выездного обслуживания

2. Приемами мерчандайзинга являются

- А. розничная продажа, обслуживание в помещении, обслуживание вне ресторана, разъездная продажа (по контракту на поставку продукции), VIP-обслуживание
- Б. обслуживание участников съездов, форумов, конференций, обслуживание проживающих в гостинице, тематические мероприятия, обслуживание на различных видах транспорта, обслуживание в местах массового отдыха
- В. «Шведский стол», репинский стол, экспресс-стол, экспресс-зал, обслуживание с

тележек

Г. дизайн блюд и напитков, внедрение новых методов обслуживания, агитация в зале, убеждающая продажа, предложение в форме альтернатив

3. К какой форме обслуживания относится организация для участников совещаний, конференций фуршетных столов, на которые выставляются пирожные, пирожки, бутерброды, кофе, чай, минеральная вода, фрукты

- А. Бизнес-ланч
- Б. Воскресный бранч
- В. Кофе-брейк (или кофейная пауза)
- Г. все ответы верны
- Д. все ответы не верны

4. Залы, выделенные в ресторанах в дневное время с целью сокращения времени на прием пищи для обслуживания комплексными обедами называются

- А. аванзалы
- Б. обеденные залы
- В. банкетные залы
- Г. залы-экспресс

5. Какой вид меню предназначен для обслуживания участников форумов, съездов, проживающих в гостинице несколько дней, ответственность за проведение которых берут на себя организаторы данных мероприятий?

- А. меню со свободным выбором блюд
- Б. комплексное меню
- В. диетическое меню
- Г. меню дневного рациона

6. При обслуживании участников форумов, съездов с организаторами данных мероприятий заранее определяется:

- А. время посещения ресторана, стоимость рациона питания, порядок расчета за обслуживание, меню
- Б. количество официантов, количество посуды и приборов, количество столов, составление заявок на производство, в буфет и сервизную, сервировка столов

7. В перерывах между заседаниями съездов, совещаний, участникам данных мероприятий может быть организован:

- А. буфет-фуршет
- Б. коктейль
- В. бар

Охарактеризуйте технику работы официантов в выбранной вами форме обслуживания.

8. При следовании поезда свыше суток в его состав включают:

- А. вагон-ресторан
- Б. вагон с купе-буфетом
- В. места, связанные с организацией питания не предусмотрены в поезде

Ответ обоснуйте и охарактеризуйте состав и процесс работы в выбранном вами варианте

9. Какой из перечисленных видов ускоренных форм обслуживания впервые был апробирован в ресторанах аэропорта?

- А. шведский стол
 - Б. репинский стол
 - В. экспресс зал
 - Г. экспресс-стол
- Опишите особенности этой формы

10. Суда (корабли), используемые под плавающие гостиницы с широкой сетью ресторанов, баров, кафе, буфетов называются:

- А. мотели
- Б. караванинги

- В. ротели
- Г. флайтели
- Д. ботели
- Е. флотели

11. К специальным формам обслуживания относятся:

А. обслуживание участников съездов, форумов, конференций; обслуживание в местах массового отдыха; обслуживание проживающих в гостинице; тематические мероприятия; обслуживание на различных видах транспорта; ускоренные формы обслуживания

Б. Обслуживание по типу «шведский стол», бизнес-ланч, воскресный бранч, линнер, диннер, экспресс-зал, экспресс-стол, репинский стол, обслуживание с тележек

В. Обслуживание на ж/д транспорте, водном транспорте, авиа транспорте, автотранспорте

Г. Рождественские вечера, Масленица, Пасха, Осенний бал, выпускные школьные вечера, День охотника, День рыбака...

12. В зале-экспресс реализуют меню:

- А. со свободным выбором блюд
- Б. меню от шеф-повара
- В. меню заказных и порционных блюд
- Г. комплексное меню из 2-х – 3-х вариантов

13. Стол-экспресс оформляется в виде:

- А. чайного стола
- Б. витаминного стола
- В. фуршетного стола

14. При организации обслуживания в гостиничном ресторане практикуют следующие формы обслуживания:

- А. полный пансион, полупансион, только завтрак, клубный отдых по типу «ALL»
- Б. «А ля карт», «А парт», «Табльдот», «Шведский стол», «Буфетное обслуживание»
- В. «Бокал вина», «Бокал шампанского», жур-фикс, бар-бекю

Часть 2:

15. Какие туристы не любят молоко и молочные продукты?

- А. корейцы
- Б. монголы
- В. из арабских стран
- Г. из Скандинавских стран

16. В какой стране бутерброд называют королем кухни?

- А. в Румынии
- Б. в Польше
- В. в Дании
- Г. в Германии

17. Какие туристы не любят блюда из рубленого мяса?

- А. венгры
- Б. поляки
- В. румыны
- Г. чехи

18. Каким туристам не рекомендуется подавать картофель, жареный во фритюре?

- А. чехи
- Б. китайцы
- В. финны
- Г. англичане

19. Каким туристам не рекомендуется подавать колбасы и колбасные изделия?

- А. чехи
- Б. немцы

- В. поляки
- Г. англичане

20. Какая кухня во многом напоминает русскую и украинскую?

- А. японская
- Б. польская
- В. румынская
- Г. французская

21. Для какой кухни характерна мамалыга из кукурузной крупы, заменяющая хлеб?

- А. румынской
- Б. польской
- В. венгерской
- Г. болгарской
- Д. немецкой

22. Для какой кухни характерен тот факт, что большое место в питании занимает продукция пищевой промышленности (консервированные, расфасованные и совершенно готовые к употреблению)?

- А. американской
- Б. английской
- В. французской
- Г. итальянской

23. Какие туристы не любят блюда с майонезом и сметаной?

- А. туристы из латинской Америки
- Б. туристы из Польши
- В. туристы из Скандинавских стран
- Г. туристы из Италии

24. Для какой кухни характерен тот факт, что сыр и макароны являются излюбленным кушаньем?

- А. итальянской
- Б. китайской
- В. французской
- Г. немецкой

Тема 7. Управление качеством и стратегия обслуживания в заведениях сферы ресторанного бизнеса

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

1. В ресторан приходит молодая пара с маленьким ребенком. Ребенок начинает шалить: кидать на пол вилки, сдергивать скатерть. Каковы должны быть действия обслуживающего персонала?

А. официант должен принести ребёнку детский высокий стул со столиком, поднять с пола брошенные предметы, по мере возможности постараться любыми способами занять ребенка

Б. предложить молодой семье пересест за столик ближе к выходу, чтобы не мешать другим гостям в зале

В. извиниться перед гостями с ребенком, и попросить их покинуть зал, сославшись на тот факт, что в ресторане не обслуживают маленьких детей, и в качестве альтернативы предложить ближайшее кафе

2. Предприятие, специализирующееся на изготовлении и реализации с потреблением на месте широкого ассортимента горячих напитков из кофе, какао и чая, через барную стойку с рабочим местом бариста, с предложением мучных блюд, булочных и кондитерских изделий, кулинарной продукции из полуфабрикатов высокой степени

готовности в ограниченном ассортименте по сравнению с рестораном, с возможностью проведения чайных церемоний, организации кальянных залов, а также алкогольных напитков и покупных товаров, с обслуживанием официантами – это:

- А. предприятие быстрого обслуживания
- Б. буфет
- В. кофейня
- Г. магазин кулинарии
- Д. кафетерий

3. Предприятия общественного питания выполняют функции:

- А. производство кулинарной продукции
- Б. реализацию кулинарной продукции
- В. организацию потребления кулинарной продукции
- Г. все ответы верны
- Д. все ответы не верны

4. Услуги общественного питания – это

А. совокупность операций, выполняемых исполнителем при непосредственном контакте с потребителями при реализации продукции

Б. совокупность факторов, воздействующих на потребителя в процессе обслуживания

В. результат деятельности исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя в питании и проведении досуга

5. Способ реализации потребителям продукции общественного питания – это

- А. процесс обслуживания
- Б. условия обслуживания
- В. метод обслуживания
- Г. форма обслуживания

6. Качество услуги – это

А. комплекс свойств продукции, услуг, при которых оказывается воздействие на окружающую среду, не подвергая её риску

Б. комплекс свойств услуги, при которых она под влиянием внутренних и внешних опасных (вредных) факторов оказывает воздействие на потребителя, не подвергая его жизнь, здоровье, имущество риску

В. совокупность характеристик услуги, определяемых её способностью удовлетворять установленные и предполагаемые потребности потребителей

7. Услуги общественного питания должны отвечать:

- А. требованиям безопасности и экологичности
- Б. требованиям эргономичности
- В. требованиям эстетичности
- Г. целевому назначению
- Д. все ответы верны
- Е. все ответы не верны

8. Требование эргономичности – это соответствие условий обслуживания

А. требованиям определенного контингента потребителей с учетом типа и класса предприятия общественного питания

Б. предоставленной информации потребителям через разнообразные виды рекламы о предлагаемых на предприятии услугах

В. гигиеническим, антропометрическим, физиологическим возможностям потребителя

Г. гармоничности архитектурно-планировочного и цветового решения интерьера, включая внешний вид обслуживающего персонала, сервировку столов, оформление и подачу кулинарной продукции

9. Основная услуга общественного питания – это

- А. услуга питания
- Б. информационно-консультативная услуга

В. услуга по организации досуга

10. Услуги по организации досуга включают:

А. услуги питания, изготовление кулинарной и кондитерской продукции по заказам, услуги повара, кондитера по изготовлению продукции на дому

Б. организацию и обслуживание торжеств, семейных обедов, ритуальных мероприятий, организацию питания и обслуживания участников конференций, культурно-массовых мероприятий, в пути следования пассажирского транспорта, в номерах гостиниц

В. организацию музыкального обслуживания, проведение концертов, программ варьете, видеопрограмм, предоставление журналов, газет, настольных игр, игровых автоматов, бильярда

Г. консультации специалистов по изготовлению и оформлению кулинарной продукции, сервировке стола, консультации диетсестры по вопросам использования кулинарной продукции, обучение кулинарному мастерству

11. К основным факторам, определяющим культуру обслуживания, относятся:

А. наличие современной материально-технической базы

Б. ассортимент, качество продукции и характер предоставляемых услуг,

В. внедрение прогрессивных форм обслуживания

Г. профессиональное мастерство персонала

Д. уровень рекламно-информационной работы

Е. все ответы верны

12. На предприятиях общественного питания применяются самообслуживание, обслуживание официантами и барменами, комбинированное обслуживание – это

А. методы обслуживания

Б. формы обслуживания

В. виды обслуживания

13. Виды, методы, формы обслуживания на предприятиях общественного питания зависят от:

А. типа, класса предприятия

Б. способа получения и доставки продукции потребителям

В. степени участия персонала в обслуживании

Г. все ответы верны

Д. все ответы не верны

14. Формы обслуживания:

А. столы саморасчета, реализация через торговые автоматы, «Шведский стол», бизнес-ланчи, кофе-брейк, отпуск скомплектованных обедов

Б. реализация продукции в залах предприятия, обслуживание пассажиров в пути следования, реализация через магазины-кулинарии, организация обслуживания официантами (барменами) на дому

В. самообслуживание, обслуживание официантами и барменами, комбинированное обслуживание

15. Для самообслуживания характерен следующий способ расчета с потребителями:

А. саморасчет

Б. предварительный расчет

В. непосредственный расчет

Г. последующий расчет

Д. оплата после приема пищи

Е. все ответы верны

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

А. техническое качество ресторана

Б. функциональное качество ресторана

В. Этическое качество ресторана

17. Гарант ресторана в том, что предлагаемые услуги являются безопасными для потребителей и окружающей среды – это:

- А. техническое качество ресторана
- Б. функциональное качество ресторана
- В. Этическое качество ресторана

18. Перечислите участников, пересечение интересов которых формируют объективный уровень качества обслуживания в ресторане

- А. потребители
- Б. конкуренты
- В. поставщики
- Г. партнеры
- Д. персонал
- Е. руководство

19. 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

20. В случае непонимания персоналом выполняемых функций, отсутствия эффективной технологии выполнения работ, ожидаемый и реальный уровни обслуживания различны вследствие нестыковки интересов:

- А. руководства и персонала
- Б. руководства и клиентов
- В. клиентов и персонала

21. При установлении слишком высокого уровня ожиданий и невозможности его обеспечения различия между ожидаемым и реальным уровнем обслуживания формируется за счет нестыковки интересов:

- А. руководства и персонала
- Б. руководства и клиентов
- В. клиентов и персонала

22. Обязательные элементы ресторанной услуги, отражающие минимально достаточный уровень требований, приемлемый для потребителя относятся к:

- А. критическим
- Б. нейтральным
- В. приносящим удовольствие
- Г. приносящим разочарование

23. Элементы не оказывающие прямого воздействия на деятельность предприятия общественного питания относятся к:

- А. критическим
- Б. нейтральным
- В. приносящим удовольствие
- Г. приносящим разочарование

24. Элементы, вызывающие благодарную реакцию потребителей в случае их получения, а при отсутствии никакой реакции относятся к:

- А. критическим
- Б. нейтральным
- В. приносящим удовольствие
- Г. приносящим разочарование

25. Недружелюбный персонал, грязные пепельницы, полные урны у входа, заснеженные дорожки зимой, затрудняющие проходы к входам в ресторан – это:

- А. критические элементы

- Б. нейтральные
- В. приносящие удовольствие
- Г. приносящие разочарование

26. Расположите этапы деятельности по повышению качества для предприятия общественного питания в правильной последовательности: 1 – реализация, 2 – исправление, 3 – планирование, 4 - контроль и проверка результатов

- А. 1, 2, 3, 4
- Б. 4, 3, 2, 1
- В. 3, 1, 4, 2

27. Какие виды документации предприятия общественного питания при внедрении СМК включает в себя руководство по качеству для основного подразделения гостиницы:

- А. политика в области качества
- Б. общее руководство по менеджменту качества
- В. типовые рабочие процедуры и инструкции
- Г. записи для предоставления свидетельств соответствия требованиям функционирования СМК

28. Предложения, заказы, заявки, договоры, прейскуранты, счета, ведомости относятся к:

- А. общим нормативным документам ресторана
- Б. документам текущей хозяйственной деятельности

29. Построение системы управления бизнес-процессами, гарантирующая выпуск качественной продукции в любой момент времени – это идея:

- А. TQM (концепция «всеобщего управления качеством»)
- Б. ISO-9000 (международные стандарты серии ИСО-9000).

30. Вставьте слово «..... – это свойства и особенности услуги, которые вызывают чувство удовлетворенности у потребителей, или отсутствие недостатков, усиливающее их чувство удовлетворенности».

- А. качество
- Б. ценность
- В. полезность
- Г. значимость

31. Перечислите симптомы кризиса для предприятия общественного питания

=А. утечка информации, потеря стратегически важного партнера, потеря самостоятельности предприятия, угроза остановки деятельности, урон репутации, несоответствия продукции требованиям потребителей, тяжелый психологический климат в коллективе, неблагоприятные изменения законодательства

Б. продолжительность работы на рынке, объем продаж, численность персонала

В. необходимость сертификации и лицензирования услуг, изменения цен на блюда, перечня услуг, входящих в цену ресторанного продукта

32. Какие факторы деятельности ресторана связаны с кризисом?

А. утечка информации, потеря стратегически важного партнера, потеря самостоятельности предприятия, угроза остановки деятельности, урон репутации, несоответствия продукции требованиям потребителей, тяжелый психологический климат в коллективе, неблагоприятные изменения законодательства

Б. продолжительность работы на рынке, объем продаж, численность персонала

В. необходимость сертификации и лицензирования услуг, изменения цен на блюда, перечня услуг, входящих в цену ресторанного продукта.

Критерии оценки:

2,0 балла выставляется студенту, при условии его правильного ответа не менее чем на 90% тестовых заданий

1,5 балла выставляется студенту при условии его правильного ответа от 70 до 89% тестовых заданий

1,0 балла выставляется студенту при условии его правильного ответа от 50 до 69% тестовых заданий

0-0,5 балла выставляется студенту при условии его правильного ответа менее чем на 50% тестовых заданий

Кейсы

Тема 3. Информационное обеспечение процесса обслуживания

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

Ситуация 1: Составить план-меню для общедоступной столовой на 200 мест в зимний период.

Ситуация 2: Вы работаете заведующим производством общедоступного кафе. Режим работы кафе с 8 до 20 часов. Предприятие работает с I выходным днем.

Предложите меню для данного заведения. Определите его вид. Объясните выбор.

Ситуация 3: Вы работаете заведующим производством столовой при металлургическом заводе. Количество питающихся составляет 500 чел. в день. Составьте план-меню двух вариантов комплексных обедов на летний период, если количество блюд, реализованных по первому варианту комплекса, составит 60 % общего количества блюд, а по второму варианту – 40 %.

Ситуация 4: Вы работаете заведующим производством столовой при высшем учебном заведении. Количество ежедневно питающихся составляет 700 человек, из них 300 человек питаются по комплексному меню и 400 - по меню со свободным выбором блюд. Составьте два вида плана-меню на зимний период.

Ситуация 5: Составьте меню:

- для ресторана I категории на осенний период, если по ассортиментному минимуму предусмотрено: холодных блюд и закусок – 10 наименований, горячих закусок – 2, супов – 4, вторых горячих блюд – 11, сладких блюд – 4, горячих и холодных напитков по 2 наименования, кондитерских изделий – 5 наименований.

- предложите возможные виды меню, которые могут быть предусмотрены на данном предприятии и опишите их отличительные особенности

- укажите требования к подготовке персонала, работающего в зале, при его работе с меню

- предложите варианты оформления меню как одного из основных рекламных средств в ресторанной практике

Ситуация 6: Вы открываете шашлычную на 50 мест, в которой по штату предусмотрено 4 повара:

- Охарактеризуйте процесс разработки ассортиментной стратегии для данного заведения.

- Перечислите документы, на основе которых предприятие имеет право строить свою ассортиментную политику.

- Предложите ассортимент для данного предприятия

- Составьте и презентуйте меню с обоснованием широты, глубины, насыщенности и гармоничности

- Определите сколько необходимо приобрести закусовых, пирожковых, мелких и глубоких столовых тарелок, санспецодежды для поваров, исходя из норм оснащения и сроков носки санитарной одежды.

Ситуация 7: Производственную программу студенческой столовой Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова на 75 посадочных мест необходимо расширить путем

включения ассортимента холодных овощных закусок и салатов с целью витаминизации рационов студенческого питания:

- Раскройте особенности функционирования студенческой столовой.
- Опишите процесс обслуживания в зале, предложите формы обслуживания наиболее рациональные для данного предприятия с учетом контингента питающихся
- Предложите ассортимент холодных овощных закусок и салатов для данного предприятия.
- Оформите раздел холодных блюд в плане-меню на основе необходимых технологических расчетов по его обоснованию.

Ситуация 8: На базе средней школы № 3 работает столовая, которая обслуживает младшие и старшие классы:

- Охарактеризуйте последовательность оперативного планирования данного предприятия, производственную программу данного предприятия.
- Составьте недельное меню для обедов.
- Опишите организацию обслуживания на данном предприятии
- Предложите наиболее рациональные формы обслуживания.
- Рассчитайте количество мест в данном предприятии, если в школе учатся 784 учащихся.

Критерии оценки:

3 балла выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, а ответ на него является исчерпывающим, т.е. охватывает все его существенные аспекты, в нем полно отражена относящаяся к вопросу законодательная и нормативно-правовая база,

2 балла выставляется студенту, если он правильно понимает суть вопроса, раскрывает основные понятия, относящиеся к предмету вопроса, но в ответе не полно отражена законодательная и нормативно-правовая база,

1,5 балла выставляется студенту, если он понимает суть вопроса, но не полно, не точно описывает предмет вопроса, а также отдельные основные понятия, относящиеся к области обсуждения, или в ответе присутствуют отдельные ошибочные положения, нечеткие формулировки,

1 балл ответ является неправильным в целом или содержит в основном ошибочные положения, не отражает суть обсуждения.

Задания для творческого рейтинга

Темы индивидуальных проектов:

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

1. Разработка концепции предприятия питания.
2. Формирование атмосферы зала обслуживания
3. Разработка фирменного стиля предприятия питания

Критерии оценки:

9-10 баллов ставится обучающемуся, владеющему высоким теоретическим и методическим уровнем решения профессиональных задач, продемонстрировавшему компетентность в вопросах использования методов научно-исследовательской деятельности, выполнившему проект в полном объеме, на высоком качественном уровне.

7-8 баллов заслуживает обучающийся, владеющий достаточным теоретическим и методическим уровнем решения профессиональных задач; проявивший сформированность умений научно-исследовательской деятельности; испытывающий некоторые затруднения в

проектировании собственного исследования; который предоставил материалы в полном объеме, выполненные на хорошем качественном уровне.

5-6 балла заслуживает обучающийся, выполнивший основные задачи задания, не проявляющий творческого, познавательного, исследовательского интереса в решении поставленных задач; испытывающий затруднения в работе.

0-4 балла заслуживает обучающийся, выполнивший проект с серьезными ошибками, или не выполнивший в полном объеме задание.

Темы докладов

Индикаторы достижения: ПК-4.1, ПК-5.2

Тема 2. Характеристика торговых помещений. Столовые приборы, посуда, белье

1. Торговые помещения для обслуживания потребителей в современных предприятиях общественного питания
2. Вспомогательные помещения в торговой группе помещений предприятий общественного питания
3. Специфика деятельности сервис-бара
4. Взаимосвязь залов, производственных, вспомогательных помещений в современных компоновочных схемах, характерных для заведений сферы ресторанного бизнеса
5. Оборудование залов современных предприятий общественного питания
6. Современные требования к ресторанной мебели
7. Разработка концепции оформления предприятия общественного питания
8. Современные направления создания интерьера предприятий общественного питания
9. Ассортимент фарфоро-фаянсовой посуды, используемой в современных заведениях сферы ресторанного бизнеса
10. Комплект отечественной фарфоровой посуды
11. Комплект импортной фарфоровой посуды
12. Ассортимент хрустальной и стеклянной посуды, используемой в современных заведениях сферы ресторанного бизнеса
13. Классический набор хрустальной посуды для напитков, подаваемых к столу во время обеда
14. Бокалы, фужеры и рюмки для вина
15. Бокалы, стаканы и кружки для пива
16. Посуда для коктейлей и напитков, подаваемых в баре
17. Ассортимент металлической посуды, используемой в современных заведениях сферы ресторанного бизнеса
18. Ассортимент деревянной и пластмассовой посуды, используемой в современных заведениях сферы ресторанного бизнеса
19. Ассортимент столовых приборов, используемых в современных заведениях сферы ресторанного бизнеса
20. Основные столовые приборы практикуемые в заведениях сферы ресторанного бизнеса
21. Вспомогательные столовые приборы практикуемые в заведениях сферы ресторанного бизнеса
22. Приборы специального назначения практикуемые в заведениях сферы ресторанного бизнеса
23. Ассортимент столового белья, используемый в современных заведениях сферы ресторанного бизнеса

Тема 3. Информационное обеспечение процесса обслуживания

1. Меню со свободным выбором: его разновидности – меню заказных блюд и «А-ля карт»,

2. Комплексное меню (завтрак, обед, ужин- и «Виды комплексных завтраков»),
3. Меню бизнес-ланча,
4. Меню «воскресного бранча,
5. Меню дневного рациона,
6. Диетическое меню,
7. Меню детского питания,
8. Банкетное меню,
9. Меню тематических мероприятий
10. Меню кафе
11. Меню «табльдот»
12. Карта чая
13. Карта кофе
14. Карта коктейлей
15. Карта вин
16. Понятие прейскуранта продукции на предприятии общественного питания

Тема 5. Обслуживание потребителей в ресторанах. Обслуживание приемов и банкетов

1. Банкет за столом с полным обслуживанием
2. Банкет за столом с частичным обслуживанием
3. Банкет – фуршет
4. Банкет – коктейль
5. Банкет по типу «шведский стол»
6. Банкет по типу «буфет»
7. Комбинированные банкеты
8. Банкет – чай
9. Прием дипломатической практики «Бокал вина» в заведениях сферы ресторанного бизнеса
10. Прием дипломатической практики «Бокал шампанского» в заведениях сферы ресторанного бизнеса
11. Прием жур-фикс в заведениях сферы ресторанного бизнеса
12. Прием бар-бекю в заведениях сферы ресторанного бизнеса

Тема 6. Специальные виды услуг и формы обслуживания. Услуги по организации обслуживания иностранных туристов

1. Особенности обслуживания проживающих в гостиницах
2. Современные требования к организации службы Room-сервис
3. Услуги по организации питания и обслуживанию участников симпозиумов, конференций, семинаров совещаний
4. Услуги по организации и обслуживанию торжеств, семейных обедов
5. Тематические и ритуальные мероприятия проводимые в заведениях сферы ресторанного бизнеса
6. Анимация в ресторанной практике
7. Взаимосвязь программы культуры и питания при организации обслуживания гостей в заведениях сферы ресторанного бизнеса
8. Виды развлекательных программ, практикуемых при организации досуговых услуг в заведениях сферы ресторанного бизнеса
9. Особенности предоставления услуг по организации питания и обслуживания в местах массового отдыха
10. Характеристика современных видов услуг и форм обслуживания: шведский стол, сырная тележка, сырная тарелка, стол-экспресс, зал-экспресс, бизнес-ланч, воскресный бранч, кофе-брейк

11. Специфика обслуживания в пути следования пассажирского транспорта
12. Понятие специфики обслуживания иностранных туристов на предприятиях общественного питания.
13. Требования, предъявляемые к предприятиям питания.
14. Особенности питания туристов из стран Южной Европы
15. Особенности питания туристов из стран Западной Европы
16. Особенности питания туристов из стран Восточной и Центральной Европы
17. Особенности питания туристов из стран Ближнего Востока
18. Особенности питания туристов из стран Африки
19. Особенности питания туристов из стран Северной Америки
20. Особенности питания туристов из стран Центральной и Южной Америки
21. Особенности питания туристов из стран Южной Азии
22. Особенности питания туристов из стран Юго-Восточной Азии
23. Особенности питания туристов из стран Восточной Азии
24. Формы обслуживания иностранных туристов в залах предприятия при организации их питания

Тема 7. Управление качеством и стратегия обслуживания в заведениях сферы ресторанного бизнеса

1. Понятие, значение и общие проблемы качества обслуживания в заведениях сферы ресторанного бизнеса
2. Стандарты обслуживания в предприятиях общественного питания
3. Качество обслуживания и доходы на вложенный капитал в ресторанном бизнесе
4. Формирование объективного уровня качества ресторанного продукта
5. Концептуальная модель качества обслуживания для заведений сферы ресторанного бизнеса
6. Корпоративная культура предприятий общественного питания и её характеристика
7. Разработка стратегии обслуживания в заведениях сферы ресторанного бизнеса
8. Эффективность элементов обслуживания: критические, нейтральные, элементы, приносящие удовлетворение, элементы обслуживания, приносящие разочарование.
9. Этапы деятельности по повышению качества для ресторана.
10. Документация предприятия общественного питания при внедрении менеджмента качества
11. Принципы стандартов ISO-9000 в заведениях сферы ресторанного бизнеса

Критерии оценки:

2 балла – выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию доклада (презентации): обозначена проблема и обоснована ее актуальность, проведен анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, выполнена качественная презентация,

1,0 балла – выставляется студенту, если основные требования к реферату (презентации): выполнены, но присутствуют недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объем реферата, имеются упущения в оформлении презентации,

0-0,5 балла – выставляется студенту, если имеются существенные отклонения от требований к докладу (презентации). В частности, тема раскрыта частично, анализ выполнен с неточностями и выводы поверхностные.

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Типовая структура экзаменационного билета

<i>Наименование оценочного средства</i>	<i>Максимальное количество баллов</i>
<i>Вопрос 1</i>	<i>15</i>
<i>Вопрос 2</i>	<i>15</i>
<i>Кейс</i>	<i>10</i>

Задания, включаемые в экзаменационный билет

Типовой перечень вопросов к экзамену:

1. Современные тенденции развития ресторанного бизнеса
2. Понятие о сервисной деятельности предприятия питания
3. Основные виды потребностей человека
4. Классификация предприятий общественного питания и предоставляемый ими сервис
5. Концепция ресторанного сервиса
6. Виды меню ресторана
7. Формирование меню ресторана
8. Музыкальное обслуживание посетителей в ресторане
9. Развлекательные мероприятия на предприятиях питания и их влияние на уровень сервиса
10. Понятие психологической культуры ресторанного сервиса
11. Психология ресторанного сервиса
12. Психологическая характеристика деятельности официанта
13. Особенности трудовой деятельности работника ресторана.
14. Психология процесса обслуживания посетителей на предприятиях общественного питания.
15. Значение индивидуального подхода к посетителю предприятия общественного питания.
16. Производственно-технологическая составляющая ресторанного сервиса
17. Оборудование помещений ресторана
18. Технологический процесс в ресторане
19. Подготовка и процесс обслуживания гостей
20. Основные виды специального обслуживания
21. Типы ресторанного обслуживания
22. Особенности обслуживания праздничных мероприятий
23. Особенности питания жителей зарубежных стран
24. Правила сервировки стола посудой и приборами.
25. Особенности сервисной деятельности ресторанов с национальной кухней
26. Встреча гостей ресторана
27. Последовательность подачи напитков и блюд
28. Расчет гостей в ресторане
29. Требования, предъявляемые к освещению и мебели в залах обслуживания.
30. Понятие об этической культуре ресторанного сервиса
31. Профессиональная этика работника ресторана
32. Особенности профессионального поведения работника ресторана

33. Культура общения работника ресторана с гостями
34. Жалобы и конфликты с гостями ресторана
35. Морально-психологический климат в трудовом коллективе ресторана
36. Корпоративная культура ресторана
37. Эстетическая культура ресторанного сервиса
38. Техническая эстетика и дизайн в ресторане
39. Эстетика оформления продукции (блюд) ресторана
40. Эстетика оформления интерьера ресторана и мест обслуживающего персонала
41. Эстетика внешнего облика работника ресторана
42. Организационная культура ресторанного сервиса
43. Организация маркетинговых исследований услуг ресторана
44. Новые виды блюд и новые формы обслуживания в ресторане
45. Организация подбора персонала ресторана
46. Организация рекламы в ресторанном сервисе
47. Историческое развитие сервисной деятельности и значение сферы обслуживания на современном этапе
48. Особенности развития сервисной деятельности в развивающихся странах
49. Особенности сервисной деятельности в России
50. Классификация услуг
51. Позиционирование сервисных услуг
52. Сервисная деятельность как форма удовлетворения потребностей человека
53. Сущность сервисной деятельности и задачи современного сервисного обслуживания
54. Сервисная деятельность и потребности человека
55. Маркетинговые коммуникации в сервисном обслуживании
56. Предпродажный сервис
57. Послепродажный сервис
58. Фирменный сервис
59. Организационная структура сервисного предприятия
60. Основные функции службы сервиса
61. Система планирования в сервисной деятельности предприятия
62. Цели разработки стандартов обслуживания
63. Жизненный цикл услуги и сервисного продукта. Качество услуг, ожидания потребителей и их удовлетворение
64. Формы и процесс обслуживания потребителей
65. Психологические аспекты сервисной деятельности
66. Культура сервиса и морально-нравственный характер общения людей
67. Этические основы, деловой этикет и эстетические аспекты сервисной деятельности
68. Стратегия и тактика маркетинга сервисного предприятия
69. Определение общей эффективности работы предприятия сервисного обслуживания
70. Система продвижения в деятельности сервисного обслуживания
71. Спрос на услуги сервиса и его основные параметры
72. Организация безопасности ресторанного сервиса.

Практические задания к экзамену

1.	Выберите правильный ответ: Главной задачей обеспечения качества услуги является: удовлетворение ожиданий потребителей превышение ожиданий потребителей нет верного ответа верны первый и второй варианты
----	--

2.	Показать последовательность подачи блюд: а. Икра зернистая осетровых рыб, б. Сельдь а гарниром в. Судак заливной, г. Рыба под маринадом, д. Семга с лимоном			
3.	Укажите действия официанта, если гости принесли цветы			
4.	Подберите посуду для приготовления и подачи следующих блюд			
	1	раки без отвара	а	кокотница
	2	блины	б	кокильница
	3	рыба-кокиль	в	закусочная тарелка
	4	грибы в сметане	г	круглое металлическое блюдо
			д	баранчик
5.	Подберите посуду для подачи блюд			
	1	суфле	а	баранчик
	2	пудинг сухарный	б	десертная тарелка
	3	фламбированные персики	в	металлическая креманка
	4	мороженое	г	стеклянная креманка
	5.	арбуз	д	кроншель
6.	Оформите бланк счета, если в ресторане гости заказали: ассорти рыбное - 4 порции, язык заливной, соус хрен - 4, салат из свежих помидоров и огурцов - 4, грибы в сметанном соусе - 4, уха с расстегаем - 4, жаркое в горшочке «по-купечески» - 2, котлеты по-киевски - 2, мороженое «ассорти» - 4, кофе черный с коньяком - 4, хлеб ржаной - 4* 100 г, хлеб пшеничный - 4* 100г, вино белое столовое «ркацители» - 1 бут. 0,75 л, вино красное столовое «кабарне» - 1 бут. 0,75л, вода минеральная боржоми - 4 бут. по 0,5л.			
7.	Подберите посуду для подачи блюд:			
	1	каша гурьевская	а	десертная тарелка
	2	яблоки, жареные в тесте	б	металлическое круглое блюдо
	3	блинчики с вареньем	в	порционная сковорода
	4	фрукты в ассортименте		
8.	Выберите правильный ответ: 1) Разработка и внедрение рациональных форм и методов обслуживания, является главной задачей: 2) процесса обслуживания населения процесса производства услуг создания условий качества нет верного ответа			
9.	Выберите правильный ответ: Среда, в которой оказываются услуги и в которой взаимодействуют продавец и клиент это: верного ответа нет контактная зона процесс обслуживания состав рынка услуг			
10.	Выберите несколько правильных ответов: К основным услугам в ресторанном бизнесе не относится: бронирование номеров			

	прием и размещение расчет при выезде обслуживание официантом
11.	Выберите несколько правильных ответов: Рациональные технологии в предоставлении услуг питания не включают: безопасность потребления продуктов, безотходность в использовании продуктов, экономичность эстетически выдержанное украшение подаваемых блюд качественную подготовку официантов эстетический вид ресторана
12.	Выберите несколько правильных ответов: Услуга не обладает следующими качествами: способность к хранению неотделимость от своего источника неизменностью качества способность к транспортировке
13.	Выберите несколько правильных ответов: Контактной зоной являются: зона ремонта бытовой техники рабочее место парикмахера рабочее место стоматолога зона ремонта автомобиля
14.	Выберите несколько правильных ответов: На официальном банкете в процессе обслуживания VIP-персон не используются технологии: синхронного обслуживания европейской подачи блюд индивидуального обслуживания официантами каждого гостя самообслуживание
15.	Выберите правильный ответ: Идеальное условие, к которому стремится любое предприятие — это...: удовлетворение потребностей населения полная загрузка производственных мощностей прибыль нет верного ответа
16.	Выберите правильный ответ Какой нормативно-правовой акт является основным при составлении договора оказания услуг? Закон «О защите прав потребителя» Закон «О туристической деятельности в РФ» Гражданский кодекс РФ Трудовой кодекс РФ
17.	Выберите правильный ответ По времени осуществления сервиса услуги делятся на: базовые и дополнительные предпродажные и послепродажные основные и вспомогательные нет верного ответа
18.	Выберите правильный ответ: Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса: опрос, профессионализм, качество

	услуга, спрос, специалист деятельность, потребность и услуга услуга, товар, качество
19.	Выберите правильный ответ: Отличительными особенностями услуг являются: неразрывность производства и потребления услуги несохраняемость услуг незабываемость услуг не высокая стоимость
20.	Выберите правильный ответ: Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности: уровень развития экономики и хозяйственная система мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе общественные структуры: политические партии религия
21.	Выберите правильный ответ Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют: бесконтактным формальным бесплатным натуральным
22.	Выберите правильный ответ В чем заключается неосвязаемость услуги: процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения нет верного ответа
23.	Выберите несколько правильных ответов: Для более успешного продвижения ресторанных услуг, опытные рестораторы используют: Show-kitchen «Шведский стол» услуги сомелье детскую анимацию
24.	Выберите правильный ответ: Определите факторы, дающие услугам занимать важную роль в экономике: высокой доходностью (ликвидностью) услуг, которые, как правило, потребляются в момент их производства относительно невысокой материалоемкостью (включая так называемые нематериальные услуги), что увеличивает объем добавленной стоимости, а, следовательно, национальный доход коротким сроком-получения платы за выполненные услуги относительная быстрота выполнения
25.	Выберите правильный ответ: Контактная зона – это любое место, где производиться услуга место, где услуга может храниться определенное место контакта клиента и сотрудника сервисной сферы

	место по ремонту оборудования потребителей
26.	Выберите правильный ответ: Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий: поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку осознание потребности, выбор, решение о покупке, покупка
27.	Выберите правильный ответ: Какие из перечисленных услуг ресторана относятся к вспомогательным? резервирование столиков вызов такси кондиционирование воздуха анимация
28.	Выберите правильный ответ: Характеристика услуг: неопределенность качества могут накапливаться передача собственности транспортируются
29.	Выберите несколько правильных ответов: Рестораны по уровню обслуживания и номенклатуре предоставляемых услуг подразделяются на классы: люкс де-люкс высшей категории первой категории
30.	Выберите правильный ответ: Режим работы предприятий, занятых оказанием услуг, должно отвечать трем основным требованиям: создавать удобство заказчикам при пользовании услугами способствовать достижению экономической эффективности деятельности предприятий обеспечить оптимальный режим труда и отдыха работников сферы сервиса обеспечивать удобство партнеров
31.	Выберите правильный ответ: Какие факторы не учитываются при составлении меню в ресторане: вкусы и желания посетителей квалификация поваров стоимость блюда внешний вид официантов
32.	Выберите правильный ответ: Устное или письменное выражение претензий потребителя по поводу обслуживания – это: поиск понимания призыв к совести жалоба критика

Тематика курсовых работ

1. Сущность услуги общественного питания, ее специфическая направленность в развитии общества.
2. Сервисные услуги предприятий общественного питания, их специфические качества.
3. Главный показатель эффективности услуг общественного питания.

33.	Выберите правильный ответ: Период времени, в течение которого потребитель взаимодействует с исполнителем услуги это: нормативное время время обслуживания ресурсное время индивидуальное время
34.	Выберите правильный ответ: К легитимным услугам относят: нелегальные услуги услуги, имеющие криминальный оттенок услуги, одобряемые государством и обществом нет правильного ответа
35.	Выберите правильный ответ: Продолжительность сервисного обслуживания коктейля составляет: до 2 –х часов от 40 мин до полутора часов три часа
36.	Выберите правильный ответ: Две основные составляющие хозяйственного сервиса: сфера технического жизнеобеспечения сфера бытового обслуживания населения сфера индивидуального потребления сфера транспорта

4. Современные проблемы развития ресторанного бизнеса. Роль сервисной деятельности в достижении успеха на рынке.

5. Особенности сервисных технологий предприятия общественного питания, их роль в управлении ресторанным бизнесом.

6. Позиционирование сервисных услуг предприятия общественного питания.

7. Сущность сервисной деятельности предприятий питания и задачи современного сервисного обслуживания.

8. Маркетинговые коммуникации в сервисном обслуживании.

9. Фирменный сервис предприятия общественного питания.

10. Цели разработки стандартов обслуживания в сфере общественного питания.

11. Качество услуг общественного питания, ожидание потребителей и их удовлетворение.

12. Культура сервиса на предприятии общественного питания.

13. Деловой этикет и эстетические основы сервисной деятельности предприятий питания.

14. Роль сервисной политики в маркетинговой деятельности предприятия общественного питания.

15. Анализ эффективности сервисного обслуживания ан предприятия общественного питания.

16. Система продвижения услуг общественного питания.

17. Спрос на услуги общественного питания и его основные параметры.

18. Развитие интернет-технологий как фактора сервисного обслуживания в ресторанном бизнесе.

19. Обслуживание гостей в контактной зоне предприятия общественного питания.

20. Формы и методы обслуживания потребителей на предприятии общественного питания.

21. Основные правила обслуживания потребителей на предприятии общественного питания.
22. Оценка качества услуг общественного питания.
23. Характеристика рынка услуг общественного питания и факторы его формирования.
25. Роль атмосферы предприятия общественного питания в его сервисной деятельности.
26. Управление комплексом маркетинга предприятия общественного питания.
27. Роль материально-технической базы в обеспечении высокого уровня сервиса на предприятии общественного питания.
28. Программы лояльности как фактор повышения уровня сервиса предприятия ресторанного бизнеса.
29. Роль сервисной деятельности предприятия питания в обеспечении его конкурентоспособности.
30. Формирование сервисного пространства предприятия общественного питания.

Курсовая работа оценивается в соответствии с Положением о курсовых работах (проектах) в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

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

Таблица 6

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«отлично»	ПК-4 ПК-5	ПК-4.1 ПК-5.2	Знает верно и в полном объеме: теории межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии в соответствии со стандартами качества сервисной деятельности предприятий питания методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами для решения проблемных ситуаций Умеет верно и в полном объеме: пользоваться иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов предприятия питания для соответствия с регламентами предприятий питания; организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами для решения проблемных ситуаций	Продвинутый
70 – 84 баллов	«хорошо»	ПК-4 ПК-5	ПК-4.1 ПК-5.2	Знает с незначительными замечаниями: теории межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии в соответствии со стандартами качества сервисной деятельности предприятий питания методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами для решения проблемных ситуаций Умеет с незначительными замечаниями: пользоваться иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов предприятия питания для соответствия с регламентами предприятий питания; организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами для решения проблемных ситуаций	Повышенный
50 – 69 баллов	«удовлетворительно»	ПК-4 ПК-5	ПК-4.1 ПК-5.2	Знает на базовом уровне, с ошибками: теории межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии в соответствии со стандартами качества сервисной деятельности предприятий питания методы взаимодействия с потребителями, партнерами и	Базовый

				другими заинтересованными сторонами для решения проблемных ситуаций Умеет на базовом уровне, с ошибками: пользоваться иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов предприятия питания для соответствия с регламентами предприятий питания; организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами для решения проблемных ситуаций	
менее 50 баллов	«неудовлетворительно»	ПК-4 ПК-5	ПК-4.1 ПК-5.2	Не знает на базовом уровне: теории межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии в соответствии со стандартами качества сервисной деятельности предприятий питания методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами для решения проблемных ситуаций Не умеет на базовом уровне: пользоваться иностранным языком с учетом характеристик постоянных клиентов предприятия питания для соответствия с регламентами предприятий питания; организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами для решения проблемных ситуаций	Компетенции не сформированы