

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

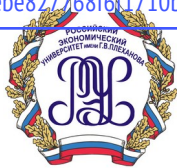
Должность: Директор

Дата подписания: 26.09.2024 09:21:13

Уникальный программный ключ:

798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

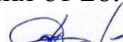
Приложение 6 к основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания, направленность (профиль) программы «Технология и организация ресторанного дела»



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»
К Р А С Н О Д А Р С К И Й Ф И Л И А Л
Краснодарский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова

Кафедра торговли и общественного питания

УТВЕРЖДЕНО

Протоколом заседания кафедры торговли и общественного питания от 28.03.2019 № 8
Зав КТП, к.э.н., доц.  С.Н. Диянова

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

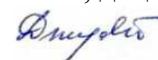
Б1.В.10.03 Концептуальные решения в ресторанном бизнесе
для студентов приема 2020 г.

Направление подготовки 19.03.04
Технология продукции и организация общественного питания

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

Составитель:

к.т.н., доцент



Т.А. Джум

Краснодар
2019

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ	4
3. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	5
4. ПАСПОРТ ФОС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ»	7
5. ОПИСАНИЕ КРИТЕРИЕВ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	8
6. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	10
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ	11
ПРИЛОЖЕНИЯ:	
1. Диагностическое (входное тестирование).....	14
2. Комплект тестов (тестовых заданий).....	19
3. Вопросы для подготовки к зачету с оценкой.....	34
4. Темы деловых игр.....	42
5. Кейс-стади.....	46
6. Комплексные ситуационные задания.....	50
7. Вопросы для собеседования.....	62
8. Комплект заданий для выполнения контрольной работы.....	64
9. Комплект заданий для выполнения контрольной работы студентами заочной формы обучения.....	66
10. Перечень тем обсуждаемых вопросов для проведения круглого стола, дискуссий.....	71
11. Темы рефератов.....	76
Лист регистрации изменений.....	79

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе» является неотъемлемой частью нормативно-методического обеспечения системы оценки знаний и уровня сформированности компетенций обучающихся направления подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания направленности (профиля) программы «Технология и организация ресторанного дела» и обеспечивают качество образовательного процесса.

Фонд оценочных средств входит в состав ОПОП ВО, представляют собой совокупность контролирующих материалов, предназначенных для измерения уровня достижения обучающихся установленных результатов обучения, указанных в рабочей программе учебной дисциплины.

Фонд оценочных средств по дисциплине используется при входном контроле уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине с учетом требований:

«Положения о текущем контроле, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о разработке основных профессиональных образовательных программ подготовки бакалавров, специалистов и магистров в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,

«Положения о порядке проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова».

Входной контроль уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины проводится с целью определения реального уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения следующих дисциплин «Деловая культура в ресторанном бизнесе», «Психология», «Традиции и культура питания народов мира», «Сервисная деятельность предприятий питания», «Дипломатический этикет и сервис в ресторанном деле».

Виды оценочных средств по учебной дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе» соответствуют образовательным технологиям, представленным в рабочей программе учебной дисциплины, в Календарно-тематическом плане учебной дисциплины.

2 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ РАЗРАБОТКИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Целью разработки фонда оценочных средств по учебной дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе» является установление соответствия знаний и уровня сформированности компетенций студента на данном этапе обучения требованиям рабочей программы учебной дисциплины.

Задачи, решаемые при помощи оценочных средств по учебной дисциплине:

- управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки;
- управление достижением целей реализации ОПОП ВО, определенных в виде набора общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК), профессиональных (ПК) компетенций выпускников, указанных в ФГОС ВО;
- оценка достижений студентов в процессе изучения дисциплины;
- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс;
- обеспечение понимания бакалаврами значения и роли санитарно-гигиенического состояния производства в ресторанном бизнесе, связанного с предупреждением потерь и получением доброкачественной продукции, с учетом основных закономерностей при производстве и хранении безопасных продуктов;
- отработка знаний, умений и навыков по применению санитарно-гигиенических требований к персоналу, оборудованию и функционированию на предприятиях общественного питания;
- получение навыков в освоении современных методов дезинфекции технологического оборудования, применения новых дезинфицирующих веществ.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Изучение учебной дисциплины «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе» направлено на формирование следующих компетенций:

ПК-7 - способностью анализировать и оценивать результативность системы контроля деятельности производства, осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития индустрии питания и гостеприимства.

ПК-15 - способностью осуществлять поиск, выбор и использование новой информации в области развития потребительского рынка, систематизировать и обобщать информацию.

ПК-28 - готовностью осуществлять поиск, выбор и использование информации в области проектирования предприятий питания, составлять техническое задание на проектирование предприятия питания малого бизнеса, проверять правильность подготовки технологического проекта, выполненного проектной организацией, читать чертежи (экспликацию помещений, план расстановки технологического оборудования, план монтажной привязки технологического оборудования, объемное изображение производственных цехов)

Основными этапами формирования данных компетенций при изучении учебной дисциплины являются последовательное изучение содержательно связанных между собой разделов (тем) учебной дисциплины. Изучение каждого раздела (темы) предполагает овладение обучающимися необходимыми компетенциями.

Результат аттестации обучающихся на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций обучающимися.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины (таблица 1):

Таблица 1

Разделы (темы) дисциплины (модулей)	Формируемые компетенции (коды компетенций)		
	ПК-7	ПК-15	ПК-28
IV курс, 7 семестр			
Тема 1 Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе	+	+	+
Тема 2 Константы фирменного стиля в ресторанном бизнесе	+	+	+
Тема 3 Меню – носитель имиджа ресторана	+	+	+
Тема 4 Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана	+	+	+
Тема 5 Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий питания	+	+	+

4 ПАСПОРТ ФОС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ»

Фонд оценочных средств по учебной дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе» включает контрольные материалы для проведения входного контроля уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, текущего контроля и промежуточной аттестации с указанием этапов формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:

Контролируемые разделы, темы в соответствии с РПД	Формируемые компетенции	Оценочные средства		
		Тестовые задания, кол-во	Другие оценочные средства	
			Вид	Кол-во
Диагностическое тестирование (входной контроль)		25	-	-
Тема 1 Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе	ПК- 7 ПК-15 ПК-28	20	круглый стол, деловая игра, собеседование, реферат, комплексные ситуационные задания	5
Тема 2 Константы фирменного стиля в ресторанном бизнесе	ПК- 7 ПК-15 ПК-28	20	собеседование, кейс-стади, комплексные ситуационные задания, дискуссия, рефераты	5
Тема 3 Меню – носитель имиджа ресторана	ПК- 7 ПК-15 ПК-28	20	деловая игра, дискуссии, кейс-стади, комплексные ситуационные задания, собеседование,	6

			рефераты	
Тема 4 Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана	ПК- 7 ПК-15 ПК-28	20	деловая игра, круглый стол, кейс-стади, комплексные ситуационные задания, собеседование, реферат	6
Тема 5 Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий питания	ПК- 7 ПК-15 ПК-28	20	круглый стол, кейс-стади, комплексные ситуационные задания, собеседование, реферат, контрольная работа	6
Промежуточная аттестация	ПК- 7 ПК-15 ПК-28	-	Вопросы и практические задания зачету с оценкой	1
Всего	ПК- 7 ПК-15 ПК-28	100	9	29

5 ОПИСАНИЕ КРИТЕРИЕВ ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Контроль сформированности компетенции осуществляется с позиции оценивания составляющих ее частей по трёхкомпонентной структуре компетенции: знать, уметь, владеть и (или) иметь опыт деятельности.

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием разделов (тем) дисциплины (см. Раздел II «Содержание дисциплины» РПД).

Оценивание компетенций в рамках изучения учебной дисциплины «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе» осуществляется в форме текущего и промежуточного контроля.

В рамках текущего контроля оценивается отдельно взятая компетенция на основе продемонстрированного обучаемым уровня самостоятельности в применении полученных в ходе изучения учебной дисциплины знаний, умений и навыков. В ходе изучения данной дисциплины осваивается определенный этап формирования компетенции.

В рамках промежуточного контроля осуществляется оценка уровня обученности по учебной дисциплине на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе изучения дисциплины. При оценке обучаемого в процессе определения уровня освоения учебной дисциплины в качестве основного критерия выступает наличие сформированных у него компетенций по результатам освоения учебной дисциплины.

Итоговый балл формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией в течение семестра. Для обучающихся очной формы применяется 100-балльная оценка знаний, для обучающихся заочной формы обучения – традиционная четырехбалльная система оценки знаний.

Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания представлены в таблице 2:

Таблица 2

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	«отлично» «зачтено»	ПК-7	<p>Знает верно и в полном объеме: способы осуществления поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания;</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: анализировать и оценивать результативность системы контроля деятельности производства в ресторанном бизнесе;</p> <p>Владет навыками верно и в полном объеме: навыками анализа и оценки результативности системы контроля деятельности предприятия ресторанного бизнеса</p>
		ПК-15	<p>Знает верно и в полном объеме: Способы поиска, выбора и использования информации в области развития рынка услуг предприятий ресторанного бизнеса;</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: систематизировать и обобщать информацию в области развития рынка услуг предприятий ресторанного бизнеса</p> <p>Владет навыками верно и в полном объеме: навыками поиска, выбора и использования новой информации в области развития рынка услуг ресторанного бизнеса, систематизировать и обобщать эту информацию</p>
		ПК-28	<p>Знает верно и в полном объеме: принципы проектирования предприятий ресторанного бизнеса</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: составлять техническое задание на проектирование предприятия питания ресторанного бизнеса</p> <p>Владет навыками верно и в полном объеме: навыками проверки правильности подготовки технологического проекта,</p>

			выполненного проектной организацией
70 – 84 баллов	«хорошо» «зачтено»	ПК-7	<p>Знает с незначительными замечаниями: способы осуществления поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания;</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: анализировать и оценивать результативность системы контроля деятельности производства в ресторанном бизнесе;</p> <p>Владеет навыками с незначительными замечаниями: навыками анализа и оценки результативности системы контроля деятельности предприятия ресторанного бизнеса</p>
		ПК-15	<p>Знает с незначительными замечаниями: Способы поиска, выбора и использования информации в области развития рынка услуг предприятий ресторанного бизнеса;</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: систематизировать и обобщать информацию в области развития рынка услуг предприятий ресторанного бизнеса</p> <p>Владеет навыками с незначительными замечаниями: навыками поиска, выбора и использования новой информации в области развития рынка услуг ресторанного бизнеса, систематизировать и обобщать эту информацию</p>
		ПК-28	<p>Знает с незначительными замечаниями: принципы проектирования предприятий ресторанного бизнеса</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: составлять техническое задание на проектирование предприятия питания ресторанного бизнеса</p> <p>Владеет навыками с незначительными замечаниями: навыками проверки правильности подготовки технологического проекта, выполненного проектной организацией</p>

50 – 69 баллов	«удовлетвори- тельно» «зачтено»	ПК-7	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: способы осуществления поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания;</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: анализировать и оценивать результативность системы контроля деятельности производства в ресторанном бизнесе;</p> <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: навыками анализа и оценки результативности системы контроля деятельности предприятия ресторанного бизнеса</p>
		ПК-15	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: Способы поиска, выбора и использования информации в области развития рынка услуг предприятий ресторанного бизнеса;</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: систематизировать и обобщать информацию в области развития рынка услуг предприятий ресторанного бизнеса</p> <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: навыками поиска, выбора и использования новой информации в области развития рынка услуг ресторанного бизнеса, систематизировать и обобщать эту информацию</p>
		ПК-28	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: принципы проектирования предприятий ресторанного бизнеса</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: составлять техническое задание на проектирование предприятия питания ресторанного бизнеса</p> <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: навыками проверки правильности подготовки технологического проекта, выполненного проектной организацией</p>
менее 50 баллов	«неудовлетвори- тельно» «не зачтено»	ПК-7	<p>Не знает на базовом уровне: способы осуществления поиска, выбора и использования новой информации в области развития индустрии питания;</p> <p>Не умеет на базовом уровне: анализировать и оценивать результативность системы контроля</p>

			деятельности производства в ресторанном бизнесе; Не владеет на базовом уровне: навыками анализа и оценки результативности системы контроля деятельности предприятия ресторанного бизнеса
		ПК-15	Не знает на базовом уровне: Способы поиска, выбора и использования информации в области развития рынка услуг предприятий ресторанного бизнеса; Не умеет на базовом уровне: систематизировать и обобщать информацию в области развития рынка услуг предприятий ресторанного бизнеса Не владеет на базовом уровне: навыками поиска, выбора и использования новой информации в области развития рынка услуг ресторанного бизнеса, систематизировать и обобщать эту информацию
		ПК-28	Не знает на базовом уровне: принципы проектирования предприятий ресторанного бизнеса Не умеет на базовом уровне: составлять техническое задание на проектирование предприятия питания ресторанного бизнеса Не владеет на базовом уровне: навыками проверки правильности подготовки технологического проекта, выполненного проектной организацией

Оценка «Неудовлетворительно» ставятся также в случаях, если студент не приступал к выполнению задания, списывал, фальсифицировал данные и результаты работы. Результирующая оценка по итогам текущего контроля рассчитывается как сумма взвешенных оценок, полученных по итогам выполнения всех заданий.

Фонды оценочных средств сформированы на бумажном и электронном носителях и хранятся на кафедре.

6 ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Текущий контроль

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение периода теоретического обучения по всем видам аудиторных занятий и самостоятельной работы обучающегося в соответствии с утвержденным графиком учебного процесса.

(Типовые контрольные задания и иные оценочные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности представлены в Приложениях 2,4,5,6,7,8,9,10,11)

Промежуточная аттестация

Вопросы для проведения промежуточной аттестации соотносятся соответственно со знаниевыми компонентами, умениями, навыками, характеризующими этапы формирования компетенций в рамках изучаемой дисциплины. Перечень вопросов и практических заданий к зачету с оценкой представлены в Приложении 3.

7 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, навыков, и (или) опыта деятельности, характеризующая этапы формирования компетенций в результате освоения дисциплины проводится в форме текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Текущий контроль успеваемости обучающихся - текущая аттестация - проводится в течение семестра в ходе аудиторных и внеаудиторных занятий с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, совершенствованию методики обучения, организации учебной работы и оказания обучающимся индивидуальной помощи.

Контроль за выполнением обучающимися каждого вида работ проводится поэтапно и служит основанием для промежуточной аттестации по дисциплине. Все виды текущего контроля осуществляются в процессе контактной работы преподавателя с обучающимся.

Каждая форма контроля по дисциплине включает в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень освоения обучающимися знаний и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и навыков, характеризующие этапы формирования компетенций.

Процедура оценивания знаний, умений и (или) опыта деятельности, обучающихся основывается на следующих принципах:

1. Регулярность и периодичность проведения оценки (на каждом занятии).
2. Надежность, использование единообразных стандартов и критериев оценивания.
3. Справедливость – разные обучающиеся должны иметь равные возможности.
4. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.
5. Соблюдение последовательности проведения оценки: развитие компетенций идет по возрастанию - поэтапно, и оценочные средства на каждом этапе учитывают это развитие.
6. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекса мер по устранению недостатков и дальнейшему развитию.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится с целью определения соответствия уровня теоретических знаний, практических умений и навыков по дисциплине требованиям ФГОС ВО. Промежуточная аттестация проводится после завершения изучения дисциплины в соответствии с рабочей программой. Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

Наименование	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного	Методы оценки
--------------	------------------------------------	--------------------------	---------------

оценочного средства		средства по дисциплине	результатов
1. Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовое задание (Приложение 2, входной контроль), приложение 1)	экспертный
2. Кейс-стади	Проблемное задание, в котором студенту предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную технологическую ситуацию, необходимую для решения данной проблемы	Ситуация, задание для решения проблемы (Приложение 5)	экспертный
3. Собеседование	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя со студентами	Вопросы по темам дисциплины (Приложение 7)	экспертный
4. Комплексные ситуационные задания	Задачи и задания: -репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знания фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; -реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; -творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения	Комплект разноуровневых задач и заданий (Приложение 6)	экспертный
5. Реферат	Письменный доклад или выступление по выбранной теме, отличительной особенностью которого является сбор информации из нескольких источников и четко структурированный на выходе материал	Тематика рефератов (Приложение 11)	экспертный
6. Деловая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре (Приложение 4)	экспертный

	анализировать и решать типичные профессиональные задачи		
7. Круглый стол, дискуссия	Процесс обсуждения спорных вопросов, проблем и оценка умения студентов аргументировать собственную точку зрения	Перечень дискуссионных тем для проведения занятия (Приложение 10)	экспертный
8. Контрольная работа	Средство для установления эффективности осуществления образовательной деятельности; тест, в котором измеряется уровень знаний, навыков, умений или физических возможностей.	Комплект разноуровневых задач и заданий (Приложения 8, 9)	экспертный
9. Зачет с оценкой	Средство, позволяющее оценить уровень знаний студента по выполнению расчетно-аналитических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических, семинарских занятий, самостоятельной работы, выполнения в процессе изучения дисциплины всех учебных заданий в соответствии с утвержденной программой	Вопросы и практические задания (задачи) к зачету (Приложение 3)	экспертный

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Комплект тестов (тестовых заданий) для диагностического тестирования
по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»
(входной контроль)**

1. Ресторанный бизнес – это:

А. Сфера предпринимательской деятельности по организации услуг, направленных на удовлетворение потребителей в питании на сервисной основе в целях получения прибыли

Б. Деятельность, получившая воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке

В. Новый подход к социальным услугам

Г. Имущественный комплекс, характеризующийся определенной организационно-правовой структурой с формированием стратегии развития

2. Тип предприятия общественного питания – это

А. Предприятие предназначенное для производства, реализации и организации потребления продукции общественного питания

Б. Предприятие с характерными условиями обслуживания, ассортиментом реализуемой продукции и техническим оснащением

В. Совокупность отличительных признаков предприятия, характеризующая качество услуг, уровень и условия обслуживания

Г. Широкий выбор услуг, высокий уровень комфорта, оригинальные и изысканные фирменные блюда, изысканная сервировка столов, фирменный стиль, эксклюзивный интерьер

3. Такие требования как внешний вид предприятия, вывеска, состав помещений, оформление залов, использование оригинального декора, наличие эстрады, клумб и фонтанов на прилегающей территории относят к группе:

А. Архитектурно-планировочных решений

Б. Требований к мебели, столовой посуде, приборам, белью

В. Требований к оформлению меню и прејскурантов, ассортименту продукции

Г. Требований к методам обслуживания потребителей, форменной одежде и обуви

4. Анимационное обслуживание, проведение концертов, видеопрограмм относят

к:

А. Услугам питания

Б. Услугам по изготовлению кулинарной продукции на заказ

В. Услугам по реализации

Г. Услугам по организации досуга

Д. Информационно-консультативным услугам (консалтинговым)

Е. Прочим услугам

5. Упаковка продукции, приобретенной на предприятии, предоставление организованной охраняемой стоянки, предоставление Интернет - связи, продажа цветов, услуги повара на дому, бронирование мест в зале относятся к:

А. Услугам питания

Б. Услугам по изготовлению кулинарной продукции на заказ

В. Услугам по реализации

- Г. Услугам по организации досуга
- Д. Информационно-консультативным услугам (консалтинговым)
- Е. Прочим услугам

6. Обслуживание банкетов, корпоративов, праздников, выездное обслуживание, доставка продукции на дом, организация рационального комплексного питания для определенных контингентов потребителей относятся к:

- А. Услугам питания
- Б. Услугам по изготовлению кулинарной продукции на заказ
- В. Услугам по организации потребления и обслуживанию
- Г. Услугам по организации досуга
- Д. Информационно-консультативным услугам (консалтинговым)
- Е. Прочим услугам

7. Предприятие общественного питания в зависимости от характера их деятельности подразделяются на:

- А. заготовочные, с полным производственным циклом, торговые, выездного обслуживания, пищеблок гостиничного комплекса
- Б. рестораны, бары, кафе, столовые, закусочные
- В. стационарные, передвижные
- Г. сезонные, постоянного действия

8. Широкий ассортимент блюд сложного изготовления, включая заказные и фирменные блюда, покупные товары, высокий уровень обслуживания в сочетании с организацией отдыха и развлечений характерно для:

- А. бара
- Б. кафе
- В. ресторана
- Г. кофейни
- Д. столовой

9. Расположение в центре крупных городов, изысканный интерьер, 80% фирменных блюд в меню с фирменным знаком, только живая музыка, обслуживание официантами 5 и 4 разрядов характерно для:

- А. ресторана быстрого обслуживания
- Б. гостиничного ресторана
- В. ресторанной сети
- Г. ресторана выездного обслуживания
- Д. ресторана высокой кухни

10. Умение устанавливать с гостями контакт, внимание, терпимость к гостям, отсутствие высокомерия у обслуживающего персонала относится к таким критериям как:

- А. Внешнее оформление ресторана
- Б. Оформление ресторана зала
- В. Кухня заведения с хорошим выбором блюд и напитков
- Г. Встреча гостей
- Д. Цены

11. Совокупность факторов, воздействующих на потребителя в процессе оказания услуг, связаны с:

- А. Процессом обслуживания
- Б. Безопасностью услуг
- В. Условиями обслуживания
- Г. Организацией досуга

12. Вывески, указатели, удобная парковка, световое оформление фасада – это:

- А. Внешнее оформление ресторана
- Б. Оформление зала

В. Выполнение заказов гостей

Г. Уровень обслуживания

Д. Цены

13. Уважительное отношение к гостям, умение профессионально помочь гостям сделать выбор, проявив элементы суггестивного сервиса, глубокие познания официантов в области кулинарии, вин и других напитков, умение предложить гостю что-то неожиданное и приятное для него, избегая конфликтные ситуации, обладая необходимыми знаниями для поддержания разговора, начатого гостем – это:

А. Внешнее оформление ресторана

Б. Оформление зала

В. Выполнение заказов гостей

Г. Уровень обслуживания

Д. Цены

14. Обеспечение гостей полной и достоверной информацией о блюдах, оригинальность и мастерство приготовления, использование местных продуктов, истинное соответствие названия блюда его ингредиентам, высокое качество и свежесть ингредиентов, достижение гармонии между оформлением блюда, его ароматом и вкусом, хороший выбор вин к блюдам – это:

А. Внешнее оформление ресторана

Б. Оформление зала

В. Выполнение заказов гостей

Г. Уровень обслуживания

Д. Цены

15. 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 залом, а также алкогольных напитков и покупных товаров, с обслуживанием официантами – это:

А. Предприятие быстрого обслуживания

Б. Буфет

В. Кофейня

Г. Магазин кулинарии

Д. Кафетерий

16. Комфортные условия в зале предприятия общественного питания – это

А. Общее впечатление и оценка среды зала с позиции удобства и красоты

Б. Условия безопасности

В. Взаимное расположение основных групп помещений, обеспечивающее кратчайшие связи между ними

Г. Своего рода ансамбль, в котором взаимное соответствие отдельных элементов связано единым замыслом архитектора

17. Единство стиля в интерьере зала предприятия общественного питания 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

18. Главным инструментом увеличения выручки и операционной прибыли от ресторанного бизнеса является:

- А. Меню
- Б. Технологические карты
- В. Калькуляционные карты
- Г. Устав предприятия
- Д. Лицензия на право деятельности
- Е. Сертификат соответствия на услугу питания

19. Обслуживание потребителей в ресторане относится к:

- А. Подготовительному этапу обслуживания
- Б. Основному
- В. Завершающему
- Г. Послепродажному обслуживанию

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

21. 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
- Материально-технической базы
- Уровня условий труда на предприятии для персонала
- Степени соблюдения принципов ХАССП на производстве

22. На предприятиях общественного питания применяются следующие методы обслуживания:

- А. Самообслуживание,
- Б. Обслуживание официантами и барменами,
- В. Комбинированное обслуживание
- Г. Шведский стол
- Д. Кейтеринг
- Е. Презентации

23. Формы обслуживания:

- А. Столы саморасчета, реализация через торговые автоматы,
- Б. «Шведский стол», бизнес-ланчи,
- В. Кофе-брейк, отпуск скомплектованных обедов
- Г. Реализация продукции в залах предприятия, обслуживание пассажиров в пути следования, реализация через магазины-кулинарии, организация обслуживания официантами (барменами) на дому

Д. Самообслуживание, обслуживание официантами и барменами, комбинированное обслуживание

24. 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,
- Г. Проведение концертов, программ варьете, видеопрограмм,
- Д. Предоставление журналов, газет, настольных игр, игровых автоматов, бильярда
- Е. Консультации специалистов по изготовлению и оформлению кулинарной продукции, сервировке стола, консультации диетсестры по вопросам использования кулинарной продукции, обучение кулинарному мастерству

25. 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 возможностям потребителя
- Г. Антропометрическим возможностям потребителя,
- Д. Физиологическим возможностям потребителя
- Е. Гармоничности архитектурно-планировочного и цветового решения интерьера, включая внешний вид обслуживающего персонала, сервировку столов, оформление и подачу кулинарной продукции

85-100 баллов (отлично) - 85-100 % правильных ответов.

70-84 баллов (хорошо) - 70-84 % правильных ответов.

50-69 баллов (удовлетворительно) - 50-69 % правильных ответов.

Менее 50 баллов (неудовлетворительно) - менее 50 % правильных ответов.

Составитель, к.т.н., доцент _____ Т.А. Джум
(подпись)

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Комплект тестов (тестовых заданий)
по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»**

Тема 1 Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе

1. Работа под единым брендом, стационарность, единство ценовой политики, ассортиментной политики, системы менеджмента качества характерно для:

- А. ресторана быстрого обслуживания
- Б. гостиничного ресторана
- В. ресторанной сети
- Г. ресторана выездного обслуживания
- Д. ресторана высокой кухни

2. Четкая логистика, адекватный уровень кухни, продвижение своих услуг через прямые продажи, интернет, печатную рекламу характерно для:

- А. ресторана быстрого обслуживания
- Б. гостиничного ресторана
- В. ресторанной сети
- Г. ресторана выездного обслуживания
- Д. ресторана высокой кухни

3. Поточное производство, отсутствие официантов, самообслуживание, строгая функциональность характерно для:

- А. ресторана быстрого обслуживания
- Б. гостиничного ресторана
- В. ресторанной сети
- Г. ресторана выездного обслуживания
- Д. ресторана высокой кухни

4. Расположение в центре крупных городов, изысканный интерьер, 80% фирменных блюд в меню с фирменным знаком, только живая музыка, обслуживание официантами 5 и 4 разрядов характерно для:

- А. ресторана быстрого обслуживания
- Б. гостиничного ресторана
- В. ресторанной сети
- Г. ресторана выездного обслуживания
- Д. ресторана высокой кухни

5. Умение устанавливать с гостями контакт, внимание, терпимость к гостям, отсутствие высокомерия у обслуживающего персонала относится к таким критериям как:

- А. Внешнее оформление ресторана
- Б. Оформление ресторана зала
- В. Кухня заведения с хорошим выбором блюд и напитков
- Г. Встреча гостей
- Д. Цены

6. Совокупность факторов, воздействующих на потребителя в процессе оказания услуг, связаны с:

- А. Процессом обслуживания
- Б. Безопасностью услуг
- В. Условиями обслуживания
- Г. Организацией досуга

7. Вывески, указатели, удобная парковка, световое оформление фасада – это:

- А. Внешнее оформление ресторана
- Б. Оформление зала
- В. Выполнение заказов гостей
- Г. Уровень обслуживания
- Д. Цены

8. Уважительное отношение к гостям, умение профессионально помочь гостям сделать выбор, проявив элементы суггестивного сервиса, глубокие познания официантов в области кулинарии, вин и других напитков, умение предложить гостю что-то неожиданное и приятное для него, избегая конфликтные ситуации, обладая необходимыми знаниями для поддержания разговора, начатого гостем – это:

- А. Внешнее оформление ресторана
- Б. Оформление зала
- В. Выполнение заказов гостей
- Г. Уровень обслуживания
- Д. Цены

9. Обеспечение гостей полной и достоверной информацией о блюдах, оригинальность и мастерство приготовления, использование местных продуктов, истинное соответствие названия блюда его ингредиентам, высокое качество и свежесть ингредиентов, достижение гармонии между оформлением блюда, его ароматом и вкусом, хороший выбор вин к блюдам – это:

- А. Внешнее оформление ресторана
- Б. Оформление зала
- В. Выполнение заказов гостей
- Г. Уровень обслуживания
- Д. Цены

10. Живые растения и свежие цветы, музыка, соответствующая стилю ресторана, оформление столиков, соответствующее общей стилистике ресторана – это:

- А. Внешнее оформление ресторана
- Б. Оформление зала
- В. Выполнение заказов гостей
- Г. Уровень обслуживания
- Д. Цены

11. Нравственный аспект норм и правил профессионального поведения персонала ресторана связан с:

- А. Профессиональной этикой
- Б. Служебным этикетом
- В. Производственной средой
- Г. Деловым протоколом

12. При разработке концептуальных решений учитывают основные направления развития современных форм и технологий обслуживания в ресторанном бизнесе, а именно:

- А. Создание концептуальных предприятий общественного питания
- Б. Расширение сети виртуальных ресторанов
- В. Внедрение мерчандайзинга
- Г. Увеличение производственных площадей
- Д. Установление цен на позиции меню

13. Среди деловых стратегий, характерных для концептуальных решений в ресторанном бизнесе, выделяют следующие:

- А. Лидерство в издержках (себестоимости продукции)
- Б. Дифференциация продукции
- В. Фокусирование (концентрация)
- Г. Ранний выход на рынок (стратегия первопроходца)
- Д. Организация контроля за деятельностью персонала, связанной с осуществлением сервисной политики
- Е. Соблюдение позиций корпоративной культуры на предприятии

14. С уровнем обслуживания в ресторанной практике связано:

- А. Своевременность подачи кулинарной продукции
- Б. Умение ответить на все вопросы гостя
- В. Грамотная организация системы работы с жалобами
- Г. Правильный итог суммы счета обслуживания и компетентные рекомендации по выбору блюд
- Д. Соответствие завоза поступающей партии сырья по количеству и качеству заявке на него
- Е. Соблюдение порядка организации рабочих мест поваров в процессе приготовления кулинарной продукции

15. При организации типа учитывают:

- А. Ассортимент, техническую оснащенность, номенклатуру услуг
- Б. Профессиональную подготовку кадров
- В. Условия обслуживания
- Г. Связи в ресторанном бизнесе
- Д. Отношение к предприятию со стороны потребительского рынка
- Е. Рыночные позиции предприятия в конкурентном окружении

16. Задачей разработки концептуальных решений при организации 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. Изучение возможностей поставщиков для заключения с ними взаимовыгодных договоров поставок

17. Гости относятся к задержке в процессе обслуживания с меньшей терпимостью:

- А. При ожидании аперитива
- Б. При ожидании десерта
- В. В самом начале обслуживания, связанном с первым подходом официанта к столу
- Г. В конце трапезы, связанном с предоставлением счета

18. К технологиям активных продаж ассортиментных позиций меню в современной ресторанной практике относят:

- А. Кросс-селинг (перекрестные продажи)
- Б. Ап-селинг (продажа премиального товара)
- В. Реализация обедов на дом
- Г. Продажа абонементов на комплексное питание

19. К достоинствам ресторанной сети можно отнести:

- А. Снижение издержек в пересчете на один ресторан
- Б. Возможность продажи франшизы
- В. Наличие Room-service, позволяющего организовать обслуживание в номерах

Г. Быстрая еда «малых форм»

20. «Монопродуктом» всех успешных мировых сетей фастфуда может быть:

- А. Методы обслуживания
- Б. Номенклатура предоставляемых услуг
- В. Блюдо
- Г. Форма подачи блюда
- Д. Профилирующее сырье

Тема 2 Константы фирменного стиля в ресторанном бизнесе

1. Совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают некое единство всей продукции и услуг предприятия общественного питания – это:

- А. Корпоративная культура
- Б. Уровень обслуживания
- В. Фирменный стиль
- Г. Торговая марка

2. Успех создания фирменного стиля предприятия общественного питания во многом зависит от:

- А. Квалификации поваров
- Б. Квалификация кондитеров
- В. Квалификация официантов
- Г. Квалификация барменов
- Д. квалификация дизайнеров

3. Процесс формирования бренда – это:

- А. Процесс наделения предприятия общественного питания определенными чертами и атрибутами
- Б. Кусочки текста, картинки, фотографии, которые складываются в определенные образы
- В. Позиционирование какого-либо мероприятия
- Г. Позиционирование предлагаемых услуг предприятия

4. 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
- Г. Всё что связано с работой персонала предприятия питания

5. 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
- Г. Полностью конкурентным окружением предприятия

6. Торговое наименование определенного товара, производителя, которое выделяет их на рынке среди конкурентов – это:

- А. название предприятия
- Б. Фирменное наименование организации
- В. Торговая марка
- Г. Брендинг

7. Имиджевая реклама, продвижение какой-либо торговой марки, ставящее

своей целью повышение её узнаваемости на потребительском рынке – это:

- А. Брендинг
- Б. Бренд
- В. Товарный знак
- Г. Товарный образ
- Д. Слоган

8. Короткий лозунг или рекламный девиз, отражающий качество продукта, обслуживания, направление деятельности ресторана – это:

- А. Брендинг
- Б. Бренд
- В. Товарный знак
- Г. Товарный образ
- Д. Слоган

9. Представление, образ, сформированный в общественном мнении о продукции и услугах предприятия питания, о самом предприятии в целом посредством информационных приемов и технологий, в том числе и через СМИ, называется:

- А. Имидж
- Б. Логотип
- В. Товарный знак
- Г. Слоган

10. Имиджмейкерство как профессиональная деятельность направлена на:

- А. Разработку ассортиментной политики предприятия питания
- Б. Проектирование и внедрение технологических схем производства кулинарной продукции
- В. Расширение спектра предоставляемых услуг на предприятии питания
- Г. Создание позитивного имиджа предприятия питания и его продукции

11. Корпоративный имидж связан с:

- А. Производственной деятельностью предприятия питания
- Б. Организацией снабжения предприятия питания
- В. Реализацией кулинарной продукции
- Г. Рекламно-информационной работой
- Д. Поиском поставщиков

12. Печатные издания, рекламирующие большой перечень товаров и услуг с краткими пояснениями и ценами – это:

- А. Каталоги
- Б. Афиши
- В. Буклеты
- Г. Пресс-релиз

13. Визитки, пакеты, зажигалки, спички, авторучки, бокалы, фотографии, видеозаписи, значки, предметы туалета (майки, рубашки, шапочки) относят к:

- А. Прайс-листу
- Б. Пресс-релизу
- В. Дайджестам
- Г. Сувенирам и представительской продукции

14. Неон, билборд, ротафиши, брендмауэр относятся к:

- А. Прессовой рекламе
- Б. Книжной рекламе
- В. Представительской продукции
- Г. Наружной рекламе
- Д. Аудиорекламе

15. Отчет о проведенной акции, используемой в рекламных целях – это:

- А. Пресс-релиз
- Б. Прайс-лист
- В. Дайджесты
- Г. каталоги
- Д. Буклеты

16. Сэндвичмены – это:

А. Стационарные, освещенные внутри, треугольники, коробка, шары с нанесенной рекламой

- Б. Реклама по радиопередающим станциям
- В. Электронное табло

Г. Бегущая строка с рекламной информацией как внутри предприятия так и снаружи

Д. Специально подготовленные рекламные агенты, на которых надет щит с двухсторонними рекламными надписями или изображениями, используют рекламные листовки, которые раздают заинтересованным прохожим

17. Благотворительные мероприятия, выставки, презентации, недели кухонь различных регионов, джазовые пивные вечера, дегустация вин, совместное приготовление блюд под руководством шеф-повара относятся к:

- А. PR-акциям
- Б. Наружной рекламе
- В. Представительской продукции
- Г. Печатной рекламе
- Д. Аудиорекламе

18. Какой метод необходим для осуществления комплекса мероприятий по формированию спроса, позволяющий определить структуру рынка продукции, поведение покупателей, их реакцию на предложение конкретных услуг?

- А. Метод рыночной сегментации
- Б. Метод разработки новых блюд
- В. Метод ценообразования, направленный на «снятие сливок»

Г. Метод ценообразования, направленный на расширение рыночной доли предприятия питания

19. Атмосфера ресторана как критический элемент процесса оказания услуги создается:

- А. Сочетанием пространства, обстановки, декоративных элементов
- Б. Расширенным выбором блюд и напитков
- В. Специализацией предприятия питания
- Г. Соблюдением режима работы зала предприятия питания

20. Оформление витрин и стендов с рекламируемой продукцией, оборудование интерьеров залов предприятия питания связано:

- А. С рекламой на месте
- Б. С рекламой в СМИ
- В. С наружной рекламой
- Г. С сувенирной рекламой
- Д. С печатной рекламой

Тема 3 Меню – носитель имиджа ресторана

1. Согласно классификации блюд в ресторане по критериям популярности и рентабельности (БКГ – матрица), такие блюда как новаторские, привлекательные, требующие консультации при рекомендации их гостям, достаточно сложные в приготовлении, но тем не менее прибыльные при достижении достаточной узнаваемости относятся к категории:

- А. Звезды – «блюда-победители»

- Б. Дойные коровы – «блюда-любимчики»
- В. Бездомные собаки – «блюда-неудачники»
- Г. «Блюда-загадки»

2. Согласно классификации блюд в ресторане по критериям популярности и рентабельности (БКГ – матрица), такие блюда как нетрадиционные или новаторские, популярные у узкого круга гостей, сопряженные с риском продаж относятся к категории:

- А. Звезды – «блюда-победители»
- Б. Дойные коровы – «блюда-любимчики»
- В. Бездомные собаки – «блюда-неудачники»
- Г. «Блюда-загадки»

3. Согласно классификации блюд в ресторане по критериям популярности и рентабельности (БКГ – матрица), такие блюда как традиционные, хорошо известные, рассчитанные на средний вкус, простые в приготовлении, приносящие невысокую прибыль, относятся к категории:

- А. Звезды – «блюда-победители»
- Б. Дойные коровы – «блюда-любимчики»
- В. Бездомные собаки – «блюда-неудачники»
- Г. «Блюда-загадки»

4. Согласно классификации блюд в ресторане по критериям популярности и рентабельности (БКГ – матрица), такие блюда как традиционные, потерявшие популярность в целом, непривлекательные, простые в приготовлении, имеющие низкую цену, подлежащие постепенному исключению из меню, относятся к категории:

- А. Звезды – «блюда-победители»
- Б. Дойные коровы – «блюда-любимчики»
- В. Бездомные собаки – «блюда-неудачники»
- Г. «Блюда-загадки»

5. Главным инструментом увеличения выручки и операционной прибыли от ресторанного бизнеса является:

- А. Меню
- Б. Технологические карты
- В. Калькуляционные карты
- Г. Устав предприятия
- Д. Лицензия на право деятельности
- Е. Сертификат соответствия на услугу питания

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

- А. Меню со свободным выбором блюд
- Б. Меню дневного рациона
- В. Специального меню
- Г. Банкетного меню

7. Какой вид меню учитывает особенности лечебного питания?

- А. Детское меню,
- Б. Школьное меню,
- В. Меню дневного рациона,
- Г. Комплексное меню,
- Д. Диетическое меню

8. Какой вид меню составляется на основе физиологических норм?

- А. Меню дневного рациона
- Б. Комплексное меню
- В. Школьное меню
- Г. Банкетное меню

9. Какой вид меню составляется на основе пожеланий заказчика?

- А. Меню со свободным выбором блюд
- Б. Специальное меню
- В. Банкетное меню
- Г. Меню дневного рациона

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

- А. Меню со свободным выбором блюд
- Б. Комплексное меню
- В. Диетическое меню
- Г. Меню дневного рациона

11. 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

12. 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

13. 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

14. К ускоренным 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
- 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

15. 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

16. При организации обслуживания в гостиничном ресторане практикуют следующие виды питания:

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

Г. Банкет-фуршет, банкет-коктейль, банкет-чай

17. Шоу-подача блюд с элементами фламбирования, а также приготовление на камнях, открытых грилях, фондюшницах позволяет запускать «вирусный эффект» и увеличивать объемы продаж за счет привлечения дополнительного внимания других гостей, сидящих в зале ресторана – это концептуальное решение представлено:

А. Продажей комплексных предложений

Б. Яркой и оригинальной подачей блюд

В. «Комплиментом» от заведения

Г. Продажей сопутствующих товаров и услуг в ресторане

18. Продажа продуктов или услуг в дополнение к выбору, сделанному гостем, например рекомендации гарниров и соусов к выбранному гостем основному продукту (мясу или рыбе) называется:

А. Кросс-селлинг

Б. Ап-селлинг

В. Эвент-менеджмент

Г. «Комплимент» от заведения

19. Метод продажи в ресторанной практике, связанный со стремлением продать гостю «лучший» (более дорогой) вариант блюда в качестве альтернативы стандартному варианту называется

А. Кросс-селлинг

Б. Ап-селлинг

В. Эвент-менеджмент

Г. Овер-селлинг

20. Метод продаж, когда потребители неохотно соглашаются с назойливым предложением и остаются внутренне недовольны оказанным давлением, при этом есть большой риск, что такие гости больше вообще не придут в данный ресторан называют

А. Кросс-селлинг

Б. Ап-селлинг

В. Эвент-менеджмент

Г. Овер-селлинг

Тема 4 Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана

1. Комфортные условия в зале предприятия общественного питания – это

А. Общее впечатление и оценка среды зала с позиции удобства и красоты

Б. Условия безопасности

В. Взаимное расположение основных групп помещений, обеспечивающее кратчайшие связи между ними

Г. Своего рода ансамбль, в котором взаимное соответствие отдельных элементов связано единым замыслом архитектора

2. Аванзал – это

А. Основное помещение, где обслуживают потребителей

Б. Помещение для сбора, ожидания и отдыха гостей – участников банкетов

В. Помещение для банкетного обслуживания гостей – участников банкетов

Г. Приемно-вестибюльная группа предприятия питания

3. Единство стиля в интерьере зала предприятия общественного питания 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

4. Площадь торговых помещений предприятия общественного питания зависит от

- А. Класса предприятия, уровня обслуживания
- Б. Типа предприятия и количества мест
- В. Специализации предприятия по ассортименту и характеру обслуживаемого контингента потребителей
- Г. Сервиса обслуживания

5. Для какого стиля характерно оформление ресторанный зала под средневековый замок или собор, со строгой цветовой гаммой, окнами с многоцветными витражами, лаконичными формами мебели, сводчатыми потолками, наличием камина в зале, преобладанием посуды и приборов из металла, подборкой блюд в меню, приготовленных на открытом огне:

- А. Классическому стилю
- Б. Готическому
- В. Модерн
- Г. Хай-тек
- Д. Восточный
- Е. Кантри

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

- А. Классическому стилю
- Б. Готическому
- В. Модерн
- Г. Хай-тек
- Д. Восточный
- Е. Кантри

7. 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

8. Для какого стиля интерьера характерно при оформлении зала использование столов причудливой формы, посуды, декорированной под старинный севрский фарфор, скатерти и салфетки с вышивкой ришелье, украшение столешниц изящными букетами:

- А. Рококо
- Б. Готическому
- В. Модерн
- Г. Хай-тек
- Д. Барокко
- Е. Кантри

9. 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

10. 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

11. Для какой разновидности ампира характерно в ресторанном зале обилие золота, бронзы, мрамора, лепнины, колонн, капителей, зеркал, роспись на стенах и потолке, живописные панно, тяжелые драпировки на окнах

- А. Европейский ампир
- Б. Русский ампир
- В. Для всех разновидностей ампира
- Г. Ни для одного из перечисленных

12. При выполнении какой планировочной схемы план здания условно делится на две части параллельно продольной оси; со стороны главного фасада размещают группу помещений для потребителей, а в противоположной половине здания – производственные, складские и другие помещения:

- А. Фронтальная
- Б. Центричная
- В. Угловая
- Г. Глубинная

13. При выполнении какой планировочной схемы план здания условно делится пополам параллельно короткой стороне; со стороны главного фасада размещают группу помещений для потребителей, с противоположной стороны – все остальные помещения, недостатком схемы является – ограниченный фронт раздачи:

- А. Фронтальная
- Б. Центричная
- В. Угловая
- Г. Глубинная

14. При выполнении какой планировочной схемы залы располагаются в плане здания смежно и соответственно примыкают с двух сторон к производственным и другим помещениям, при этом горячий цех и примыкающие к нему производственные помещения могут иметь верхнее освещение, а залы – боковое естественное освещение:

- А. Фронтальная
- Б. Центричная
- В. Угловая
- Г. Глубинная

15. При выполнении какой планировочной схеме здание в плане может иметь круглую или прямоугольную форму, близкую к квадрату, быть многозальным предприятием вместимостью 200 мест и более:

- А. Фронтальная
- Б. Центричная
- В. Угловая
- Г. Глубинная

16. Стиль, который характеризуется четкостью линий, простотой исполнения, высокой одухотворенностью, чувством изящного, склонного наслаждаться красотой, при сервировке столов посудой предпочтение отдается медной или серебряной – представляет собой:

- А. Восточный
- Б. Неорусский
- В. Модерн
- Г. Хай-тек

17. Стиль, в интерьере которого предусматривается воспроизведение русской старины, залы могут быть выполнены в виде большой трапезной с деревянными столами и стульями, сводчатые потолки, арки, лесенки, роспись по сырой штукатурке, униформа персонала под крестьянский русский костюм – представляет собой:

- А. Восточный
- Б. Неорусский
- В. Модерн
- Г. Хай-тек

18. Стиль, который характеризуется созданием предметов и форм, которым нет аналогов в природе, отличается отсутствием узоров, декора, малым количеством аксессуаров, строгостью и предельной чистотой, которая ассоциируется с ценностями «благородной простоты», в конструкции мебели используется нехромированная сталь – представляет собой:

- А. Хай-тек
- Б. Японский стиль
- В. Эко-стиль
- Г. Минимализм

19. Стиль, девизом которого является «Будь чистым», характерна крупная клетка деревянного каркаса, что прослеживается в оконных рамах, дверях, раздвижных полупрозрачных перегородках, интерьер гармонирует с внешним миром, пейзажем, открывающимся из окон (импровизированный водоем, искусно выращенные бонсаи, уголки природы) – представляет собой:

- А. Хай-тек
- Б. Японский стиль
- В. Эко-стиль
- Г. Минимализм

20. Стиль, который характеризуется экологичностью, стремлением к единению с природой, использованием живых цветов, аксессуаров из дерева и бересты, отличающийся природными материалами, естественной цветовой гаммой, зимними садами – представляет собой:

- А. Хай-тек
- Б. Японский стиль
- В. Эко-стиль
- Г. Минимализм

Тема 5 Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий питания

1. Для оценки и контроля качества услуг в ресторанной практике проводят опрос потребителей и оценку его результатов, что относится:

- А. К экспериментальному методу
- Б. К социологическому методу
- В. К органолептическому методу
- Г. К инструментальному методу

2. Использование многообразных средств воздействия с целью ускорения и усиления ответной реакции рынка связано с:

- А. Стимулированием сбыта
- Б. Культурой обслуживания
- В. Качеством питания
- Г. Корпоративной культурой предприятия

3. Владение персоналом ресторана требуемых навыков и знаний для оказания услуги связано с таким фактором восприятия качества услуги как:

- А. Компетентность
- Б. Надежность
- В. Отзывчивость
- Г. Доступность

4. Стабильная работа ресторана, обеспечивающая требуемый уровень и выполнение принятых обязательств связано с таким фактором восприятия качества услуги как:

- А. Компетентность
- Б. Надежность
- В. Отзывчивость
- Г. Доступность

5. Материальное подтверждение оказываемых услуг в ресторане связано с:

- А. Осязаемостью
- Б. Обходительностью
- В. Коммуникациями
- Г. Пониманием

6. Знания и обходительность персонала, способность работников ресторана вызывать у гостей доверие и уверенность в их профессионализме связано с:

- А. Материальными ценностями предприятия питания
- Б. Отзывчивостью
- В. Гарантированностью
- Г. Сочувствием

7. Разница в ценах предприятий одного класса, предлагающих продукцию близкую по своим потребительским свойствам, бывает ощутима для потребителей, что связано с завышенной самооценкой, какой при этом критерий конкурентоспособности предприятия требует соответствующих концептуальных решений со стороны ресторатора?

- А. Критерий результата
- Б. Критерий условий обслуживания
- В. Критерий культуры обслуживания
- Г. Критерий доступности

8. Основопологающим при оценке конкурентоспособности продукции и услуг ресторана является:

- А. Четкая сегментация потребительского рынка
- Б. Изучение деятельности конкурентов
- В. Анализ собственных возможностей предприятия
- Г. Изучение деятельности поставщиков

9. Совокупность концептуальных решений, ориентированная на гостя ресторана и его потребности составляют:

- А. Менеджмент услуг
- Б. Менеджмент сервиса
- В. Кооперация труда
- Г. Управление качеством продукции
- Д. Менеджмент персонала

10. Совокупность операций, включающая выбор номенклатуры показателей качества, определение их численных значений, а также значений базовых и относительных показателей с целью обоснования концептуальных решений относятся:

- А. К оценке качества услуг в ресторане
- Б. К оперативному планированию производственной деятельности
- В. К мероприятиям научной организации труда
- Г. К определению количественного и качественного состава штатного расписания персонала предприятия

11. Оценка уровня качества предлагаемых в ресторане услуг осуществляется путем:

- А. Выбора системы показателей качества, измерения и оценки полученных результатов
- Б. Соблюдения графика проведения медосмотра персоналом ресторана
- В. Проведения аттестации персонала на владение теоретической базы санитарного минимума
- Г. Знания ассортиментных позиций меню ресторана официантами

12. Оценки качества услуг в ресторане по выбору системы показателей бывают:

- А. Дифференцированные, комплексные, смешанные
- Б. Постоянные и периодические
- В. Годовые и сезонные
- Г. Внутренние и внешние

13. Такие показатели как внутренне оформление зала, сервировка стола, вкус, запах, цвет, консистенция готовой продукции, состояние мебели в зале, предметов сервировки, что отражается в услуге питания и услуге по организации потребления и обслуживанию оценивается:

- А. Органолептическим методом
- Б. Лабораторным методом
- В. Экспериментным методом
- Г. Смешанным методом

14. Для какого метода оценки показателей качества в ресторане характерно использование информации, опыта и интуиции эксперта в качестве инструментов анализа и измерения?

- А. Органолептического метода
- Б. Лабораторного метода
- В. Экспериментного метода
- Г. Смешанного метода

15. Управление качеством в ресторанной практике означает

- А. Описание производственных процессов
- Б. Описание сервисных процессов
- В. Методы и виды деятельности оперативного характера, используемые для выполнения требований к качеству
- Г. Контроль над выполнением стандартов

16. Обеспечение качества – это:

- А. Совокупность планируемых и систематически осуществляемых процессов, процедур, операций и отдельных мероприятий, необходимых для создания убежденности в том, что продукция и ресторанные услуги удовлетворяют определенным требованиям к качеству

- Б. Внедрение отраслевых стандартов
- В. Работа по профессиональной подготовке работников ресторана
- Г. Выполнение заказа работником ресторана

17. Ресторанная услуга – это:

А. Номенклатурная позиция, составная часть товарной продукции предприятия питания, могущая быть предметом отдельного заказа

Б. Способ обслуживания

В. Форма подачи

Г. Ресторанный тариф

18. Качественная характеристика элемента обслуживания означает:

А. Способ оценки предоставленного обслуживания

Б. Описание работы производства по приготовлению кулинарной продукции

В. Описание элемента, позволяющее оценить его восприятие потребителем, относящимся к конкретной категории из числа тех, на которых рассчитано обслуживание данного предприятия

Г. Уровень профессиональной подготовки работников

19. Причины провальных концептуальных решений, связанных с процессом улучшения деятельности ресторана:

А. Недостаток инициативности руководства ресторана

Б. Плохая информированность рядовых работников

В. Плохо отлаженные технологические процессы

Г. В решении проблем участвуют не все работники ресторана

20. Обслуживание потребителя – это:

А. Выполнение заказа работником ресторана

Б. Вид продажи услуг

В. Процесс, протекающий в виде непрерывного взаимодействия обслуживаемого лица и обслуживающего персонала, процесс оказания услуги гостю по заказу последнего

Г. Эффективное позиционирование продукции и услуг ресторана

Критерии оценки:

0,5 балла - выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 85 % тестовых заданий.

0,3 балла - выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 70 % тестовых заданий.

0,1 балла - выставляется при условии правильного ответа студента не менее 51 %.

Составитель, к.т.н., доцент _____ Т.А. Джум

(подпись)

Приложение 3

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Вопросы для подготовки к зачету с оценкой
по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»
для студентов 4 курса**

**Направление подготовки 19.03.04 «Технология продукции и организация
общественного питания», направленность (профиль) «Технология и организация
ресторанного дела» на 2019-2020 уч. год**

Номер вопроса	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 подходы 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
----	---

Практические ситуационные 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 комфорта и высокую рентабельность предприятия

6. В торговом центре города открывается детское кафе на 30 мест. Задание: составьте меню и предложите услуги для детей и их родителей, включая услуги питания, досуга и другие (ГОСТ 30389-2013 и ГОСТ 31984-2012)

7. При пятизвездочном отеле открывается коктейль-бар на 25 мест. Задание: составьте меню и карту вин бара, предложите услуги, обеспечивающие создание для потребителей повышенного уровня комфорта и высокую рентабельность предприятия.

8. Ресторан «Усадьба» предлагает следующие ассортиментные группы кулинарной продукции: холодные и горячие закуски; первые блюда; горячие мясные и рыбные блюда; десерты; спиртные напитки. Указанное число ассортиментных групп характеризует:

- а) широту товарного ассортимента;
- б) глубину;
- в) насыщенность;
- г) гармоничность.

Ответ аргументируйте.

9. Предприятие питания, разрабатывая новую продукцию, изучает спрос на рынке, чтобы:

- а) установить возможный объем продаж;
- б) выявить отношение потребителей;
- в) определить конкурентные преимущества;
- г) оценить емкость рынка.

Ответ аргументируйте

10. Каждый товар имеет свой жизненный цикл. При его исследовании обычно рассматривают:

- а) интервал времени от момента выхода продукции на рынок до насыщения;
- б) время, в течение которого продукция находится на рынке;
- в) время от момента начала проведения пробных продаж до снятия с производства;
- г) время от момента поиска идеи и разработки продукции до снятия его с производства.

Ответ аргументируйте

11. Что относят к новизне товара:

- а) изменение потребительских свойств;
- б) изменение цены;
- в) продление сроков хранения;

г) изменение внешнего оформления.

Ответ аргументируйте

12. Что входит в систему формирования ассортимента:

а) решение вопросов по обновлению ассортимента;

б) оценка и пересмотр ассортимента;

в) сокращение производственных затрат;

г) сегментация рынка.

Ответ аргументируйте

13. В центре города открывается ресторан русской кухни высшего класса на 100 мест. Задание: разработайте и предложите структуру и фирменный стиль оформления интерьера торговых помещений предприятия.

14. В торговом центре города открывается детское кафе на 30 мест. Задание: предложите планировку и разработайте архитектурно-композиционное решение интерьера торгового зала (цветовое решение, использование осветительных приборов, декоративных элементов и др.).

15. При пятизвездочном отеле открывается коктейль-бар на 25 мест. Задание: произведите подбор и размещение торгового оборудования в зале, подбор мебели с учетом единства стиля, предложите варианты её расстановки с учетом типа предприятия, выбранных форм обслуживания. Составьте эскиз торгового зала.

16. В кафе «Артистическое» на 50 мест оптимизировано меню с учетом типа предприятия. Задание: подберите предметы сервировки столов с учетом стиля, определите их ассортимент с учетом применяемых форм и методов обслуживания.

17. Представьте рекомендации по сервировке столов для различных видов обслуживания. Составьте схемы различных сервировок, придерживаясь определенного фирменного стиля с учетом рекомендованного вами стилевого направления интерьера зала.

18. В соответствии с программой проведения Дня города (района) необходимо организовать торговлю кулинарной и кондитерской продукцией предприятий общественного питания. Необходимо разработать ассортимент продукции, предоставляемых услуг, предложить методы и формы обслуживания, оформить необходимую документацию.

19. Учебное заведение, имеющее общежитие, с количеством студентов 900 человек предполагает реконструкцию блока питания. Необходимо разработать и предложить наиболее оптимальные варианты организации питания и предоставления дополнительных услуг студентам в соответствии с требованиями к данному типу предприятий, с учетом контингента, режима учебы, прогрессивных форм обслуживания.

20. В летний сезон необходимо организовать питание и обслуживание в местах массового отдыха. Необходимо разработать ассортимент продукции, перечень услуг, предложить формы и методы организации обслуживания, типы предприятий общественного питания. Обосновать свой выбор.

21. Вы открываете частное предприятие питания. Определите конкурентоспособную стратегию его развития и деятельности.

22. Вы президент фирмы, готовитесь к встрече делегации иностранных гостей. Организуйте дневной прием «Бокал шампанского».

23. Вы директор предприятия питания. Второй раз поступает жалоба на качество приготовления первых блюд. Какие методы стимулирования деятельности производственного персонала следует применить в данной ситуации? Ответ аргументируйте подробно.

24. Кондитерский цех ресторана «Одесса - мама» разработал рецептуры новых изделий – тортов: «Свадебный» и «Юбилейный», отличающихся от конкурентных изделий высоким качеством, внешним оформлением, приятным вкусом и ароматом, красивой упаковкой. Торты имеют пониженную калорийность. Составьте план

проведения пробного маркетинга и рекламный текст для новых изделий.

25. 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.

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

27. Найдите соответствие между видами рекламно-маркетинговой деятельности предприятия питания и её фактическими проявлениями в концептуальных решениях в ресторанном бизнесе:

1	Печатная реклама	А	Вся реклама на улицах и площадях города
2	Наружная реклама	Б	Реклама по радиопередающим станциям и громкоговорящим каналам связи
3	Аудиореклама	В	Все типы рекламы, которые изготавливаются полиграфическим способом

Обоснуйте принятые вами варианты решения

28. Найдите соответствие между группами имиджевой рекламы, используемой на предприятии питания, и её примерами:

1	Зрительная	А	Радиореклама, устные сообщения, объявления
2	Слуховая	Б	Теле- и кинореклама, рекламные ролики
3	Зрительно-слуховая	В	Газетно-журнальная, печатная, световая, оформленная продукция, выставленная в зале при оформлении смотровых витрин, фотореклама

Обоснуйте принятые вами варианты решения

29. Выберите правильный стиль работы официанта с учетом типов темпераментов у клиентов при работе с меню в процессе получения заказа от гостей

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

Ответ аргументируйте

30. Выберите соответствие между темпераментом, которым обладают посетители и их поведением в зале, что необходимо при выборе тактики работы с ними

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		клиент - меланхолик

Ответ аргументируйте

31. Поставьте в логической последовательности этапы разработки концепции ресторана:

- А. Определение сроков окупаемости вложенных денежных средств и привлечение квалифицированных работников, заинтересованных в получении прибыли
- Б. Определение ассортиментной политики и уровня цен
- В. Определение необходимой оснащенности предприятия оборудованием, посудой, мебелью и затрат на организацию производственно-торгового процесса
- Г. Представление о составе будущих потребителей

32. Установите соответствие между концептуальными заведениями сферы ресторанного бизнеса и музыкальным обслуживанием, соответствующим общей концепции, стилю и атмосфере предприятия питания:

1	Ресторан русской кухни	А	Салонный джаз
2	Кафе	Б	Песни народных ансамблей
3	Ресторан английской или французской кухни	В	Легкая музыка
4	Ресторан высокой кухни	Г	Классическая музыка

Ответ аргументируйте

33. Поставьте в правильной последовательности концептуальные решения при определении порядка планировки здания ресторана:

- А. Размещение оборудования;
- Б. Выбор этажности и конфигурации;
- В. Выбор типа здания;
- Г. Выбор архитектурно-планировочной схемы;
- Д. Размещение помещений в здании.

Ответ аргументируйте

34. Найдите соответствия между стилями создания флористических композиций, используемых при оформлении ресторанных залов и их характеристикой

1	Вегетативный стиль	А	Растения одного вида устанавливаются горизонтальными или диагональными рядами, характеризуется минимализмом, при этом за основу берется какой-либо оригинальный цветок или изогнутая ветвь, подходит для оформления интерьеров в стиле хай-тек
2	Декоративный стиль	Б	Характерно использование фруктов, овощей, камней, ягод, при этом вазой для цветов может служить патиссон, разрезанные арбуз или дыня, подходит для оформления интерьеров в стиле кантри
3	Параллельный стиль	В	Характеризуется ниспадающими и круглыми букетами, как правило объемными, а также могут быть композиции в виде полумесяца или звезды, подходит для оформления интерьеров в стиле модерн

35. Найдите соответствие между критериями конкурентоспособности ресторана и их реальным отражением в деятельности предприятия

1	Критерии результата	А	Охватывает те услуги, которые создают комфортность, удобства потребителю
2	Критерии условий обслуживания	Б	Связан с профессиональным уровнем подготовки кадров, умением учесть индивидуальные запросы гостей
3	Критерии культуры обслуживания	В	Связан с затратами денежных средств и времени при обслуживании со стороны гостей
4	Критерии доступности	Г	Регламентирован стандартами на материальные услуги, связан с качеством приготовленных блюд

Ответ аргументируйте

36. Найдите соответствие между видами стимулирующих воздействий, используемых на предприятии питания и группами задействованных лиц, на которые они нацелены

1	По отношению к потребителям	А	Бесплатное обучение дилеров, «сбытовой зачет», предоставление торгового оборудования и инвентаря, консультирование дилеров
2	По отношению к персоналу	Б	Премии, дополнительные отпуска, развлекательные поездки, разнообразные формы морального поощрения
3	По отношению к посредникам	В	Скидки с цены, использование дисконтных расчетных карт, распространение купонов, дегустации, рекламные сувениры

Ответ аргументируйте

Критерии оценки промежуточной аттестации

Зачет с оценкой по результатам изучения дисциплины «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе» проводится в 7 семестре и соответствует **40 баллам**. Зачет с оценкой состоит из **одного теоретического вопроса, проблемной ситуации и тестового задания**.

Оценка по результатам зачета выставляется исходя из следующих критериев:

- теоретический вопрос – 12 баллов;
- проблемная ситуация – 15 баллов;
- тестовое задание – 13 баллов.

40 – 31 баллов / «Отлично» выставляется, если бакалавр демонстрирует отличное владение терминологией, понимание поставленных вопросов и заданий, превосходный анализ каждой из альтернативных точек зрения, отличное понимание нюансов, причинно-следственных связей. Ответы на поставленные вопросы билета получены, хорошо аргументированы. Высокая степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала: манере изложения, по словарному запасу, метафоричности. Ответ четко структурирован и выстроен в заданной логике. Части ответа логически взаимосвязаны. Достаточное внимание уделено подведению итогов обсуждения.

30 - 21 баллов / «Хорошо» выставляется, если бакалавр демонстрирует хорошее владение терминологией и понимание поставленных вопросов и заданий. Попытки проведения анализа альтернативных вариантов, но с некоторыми ошибками и упущениями. Хорошее понимание нюансов, причинно-следственных связей. Ответы на поставленные вопросы билета получены, но недостаточно аргументированы. Продемонстрирована достаточная степень самостоятельности, оригинальность в представлении материала. Ответ в достаточной степени структурирован и выстроен в

заданной логике без нарушений общего смысла. Части ответа логически взаимосвязаны. Подведению итогов обсуждения уделено недостаточное внимание

20 – 11 баллов / «Удовлетворительно» выставляется, если бакалавр демонстрирует ограниченное владение терминологией. Недостаточное понимание поставленных вопросов и заданий в билете. Предприняты слабые попытки проведения анализа альтернативных вариантов. Слабое понимание нюансов, причинно-следственных связей. Ответы на поставленные вопросы задания получены, аргументы не ясны, нет собственной точки зрения, либо она слабо аргументирована. Ответ примерно наполовину представляет собой общие слова. Ответ плохо структурирован, нарушена заданная логика. Подведению итогов обсуждения внимание не уделено.

10 баллов / «Не удовлетворительно» выставляется бакалавру, который слабо владеет терминологией. Плохое понимание поставленных вопросов и заданий в билете или вовсе полное непонимание. Понимание нюансов, причинно-следственных связей очень слабое или полное непонимание. Полное отсутствие анализа альтернативных способов решения проблемы. Ответы на поставленные вопросы не получены, отсутствует аргументация изложенной точки зрения, нет собственной позиции. Ответ не структурирован, нарушена заданная логика. Части ответа не взаимосвязаны логически.

Преподаватель КТП,
к.т.н., доцент

(подпись)

Т.А. Джум

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Темы деловых игр
 по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»**

**Тема 1 Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе
 Лабораторное занятие № 1 в форме деловой игры на тему «Концептуальные решения при организации работы суши-баров»**

Цель работы: овладеть теорией разработки концепции и практикой организации работы суши - баров».

1. Теоретические основы концептуальные решения при организации работы суши-баров.

- 1.1 История происхождения суши
- 1.2 Продвижение суши - баров
- 1.3 Ассортимент блюд и напитков
- 1.4 Интерьер
- 1.5 Сервировка и застольный этикет
- 1.6 Подача блюд
- 1.7 Кухонная посуда и инвентарь
- 1.8 Посуда и столовые приборы

2. Выполнение задания

После изучения теоретических основ концептуальных решений при организации работы суши-бара и ответа на контрольные вопросы, приведенные в конце методических указаний, студент получает задание, приведенное в таблице 1.

Таблица 1 - Варианты заданий

Вариант	Номера рецептов	Количество изделий, шт
1	1,2,3	20
2	4,5,6	25
3	7,8,9	30
4	10,11,12	35
5	13,14,15	40
6	16,17,18	45

1. Номера рецептов приведены в приложении А. Студенты рассчитывают количество сырья на одно изделие и на заданное количество.

2. Отрабатывают по приведенной рецептуре процесс приготовления, оформления и демонстрацию подачи заявленной продукции

3. Осуществляют презентацию данной продукции с учетом особенностей позиционирования на рынке суши-баров, придерживаясь концепции его деятельности.

3. Оформление работы

В тетрадь для лабораторно-практических занятий студент записывает название работы, цель. Приводит в соответствии с вариантом расчет основного сырья и полуфабрикатов на одно изделие и на заданное количество, описывает технологию изделия, подачу. Описывает кратко концепцию организации суши-бара.

Вопросы к защите работы

1. Какова история происхождения суши?
2. Каков ассортимент блюд и напитков в суши - барах?
3. Какую посуду используют для сервировки в суши - барах?
4. Какие правила застольного этикета необходимо соблюдать при употреблении суши?
5. В чем заключается стиль подачи блюд «трех вариантов»?
6. Что из себя представляет стиль подачи блюд «пяти драконов»?
7. Поясните подачу блюд стилем «плоский».
8. Что представляет подача блюд стилем «тюков с рисом»?
9. Какая кухонная посуда и инвентарь необходимы для приготовления суши?

Тема 3 Меню – носитель имиджа ресторана

Лабораторное занятие № 2 в форме деловой игры на тему «Концептуальные решения по организации обслуживания по типу шведского стола на предприятиях общественного питания»

Цель занятия: овладеть теорией по концепции и практикой организации шведского стола как одной из современных форм обслуживания на предприятиях общественного питания

Ход занятия:

1 Теоретические основы организации шведского стола

1.1 Питание в ресторане по типу шведского стола

1.2 Экономика шведского стола

1.3 Особенности сервировки

1.4 Специфика обслуживания

1.5 Оборудование для организации шведского стола

1.6 Правила этикета при наличии шведского стола

2. Выполнение задания

После изучения теоретических основ организации шведского стола и ответа на контрольные вопросы, приведенные в конце методических указаний, студент получает задание, приведенное в таблице 1.

Таблица 1 - Варианты заданий

Вариант	Тип предприятия	Количество мест	Количество питающихся	Примечание
1	Гостиница 4*	500		завтрак
2	Гостиница 5*	300		завтрак
3	Пансионат	200		ужин
4	Пансионат	250		обед
5	Ресторан с рыбной кухней		150	обед
6	Ресторан с восточной кухней		150	ужин

Для организации работы шведского стола не разработаны нормативы, определяющие ассортиментный минимум закусок, блюд и напитков. Количество их определяет руководитель предприятия с учетом сезона и запланированных средств на завтрак, обед или ужин. Для определения количества продукции студенты пользуются примерными нормативами, приведенными в приложении А.

3. Оформление работы

В тетрадь для лабораторно-практических занятий по дисциплине записывают название работы, цель её выполнения, описывают назначение организации шведского стола, его преимущество в сравнении с другими методами обслуживания, показывают

особенности сервировки, специфику обслуживания. Приводят ассортимент продукции шведского стола в соответствии с заданием и два варианта выбранных потребителями рационов из приведенного ассортимента, указав в них наименование закусок, блюд, напитков, их выход и обоснование выбора питающихся. Приводят необходимое количество посуды, приборов и обоснование его подбора. Приводят некоторые виды технологического оборудования и их назначение при организации обслуживания по типу шведского стола.

Вопросы к защите:

1. Каково назначение метода обслуживания в ресторанах при гостиницах – шведский стол?
2. В чем преимущество организации шведского стола в сравнении с другими методами обслуживания?
3. В чем заключаются трудности подготовки блюд для шведского стола?
4. Почему использование шведского стола позволяет более экономично обслуживать проживающих в гостиницах?
5. В чём особенности сервировки шведского стола?
6. Как сохраняется температура при подаче блюд?
7. В чем специфика обслуживания при организации шведского стола?
8. Какое оборудование используется для организации шведского стола?
9. Какие основные правила этикета необходимо соблюдать при использовании шведского стола?
10. Какие основные правила этикета необходимо соблюдать при использовании шведского стола?

Тема 4 Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана

Лабораторное занятие № 3 в форме деловой игры с элементами отработки практических заданий на тему «Оформление производственных и торговых помещений в ресторане» с элементами презентации

Цель занятия: освоение теоретических знаний по концептуальным решениям и получение практических навыков оформления производственных и торговых помещений ресторана.

Ход занятия:

1. Определить внешний вид здания ресторана, его место на участке, предназначенном для строительства.
2. Выбрать планировочную структуру ресторана, учитывая исходные данные представленные в таблице.
3. Разработать вариант оформления одного из залов ресторана (обеденного или банкетного) с приложением сборника рисунков или фотографий или презентации.

Таблица – Исходные данные для выполнения задания по созданию авторского ресторана

Позиции	Исходные данные
1. Стадийность проекта	Технический проект
2. Назначение и тип общественных зданий, их расчетная вместимость, состав помещений	Ресторан на ___ мест в городе в отдельно стоящем здании с несколькими залами, с общим количеством мест в них = 500. Цеховая структура, предприятие работает на сырье, по ассортиментной политике относится к универсальным заведениям, с возможностью организации и проведением разноплановых банкетов.
3. Основные требования к архитектурно-планировочному решению зданий и сооружений	На участке предусмотреть открытую стоянку для ___ легковых автомобилей
4. Характеристика	Ресторан оборудовать холодным и горячим водопроводом,

инженерного технологического оборудования	и	центральным отоплением, канализацией, электросетями и лаботочными устройствами с подключением к городским сетям. Предусмотреть автоматизацию и диспетчеризацию работы инженерного оборудования, охранную сигнализацию залов и противопожарную систему
5. Требования благоустройству	к	В соответствии с требованиями строительных норм и правил
6. Указания необходимости выполнения интерьеров помещений	о	Разработать презентации интерьеров вестибюля и залов

Задания:

1. описать ресторан (назначение, расположение, вместимость) и общие направления по оформлению предприятия питания
2. описать экстерьер здания, объемно-планировочное решение, структуру производственной и торговой части, требования к их оформлению с точки зрения оснащения, состояния материально-технической базы с описанием всех элементов интерьера. Средствами выразительности являются цвет, освещение, меблировка, текстильные материалы, озеленение, декоративное искусство, отделочные материалы. Проект должен сопровождаться пояснениями относительно средств, которые могут быть использованы, и условий их применения. Необходимо объяснить, какой эстетический эффект будет получен при реализации выбранного решения оформления помещения.
3. оформить рекомендации для использования результатов в каком-либо ресторане.

Задания для самостоятельной работы

Проработать концептуальные решения по созданию различных цветовых композиций с учетом различных типов предприятий питания и целевых аудиторий, связанных с их психологическим восприятием:

1. цветовые композиции оформления зала молодежного кафе
2. цветовые композиции паб-бара
3. цветовые композиции классического ресторана
4. цветовые композиции детского кафе
5. цветовые композиции кофейни

Критерии оценки деловой игры

0,5 балл выставляется студенту, если работа выполнялась самостоятельно, материал подобран в достаточном количестве, с использованием разных источников, работа оформлена с соблюдением всех требований

0,4 балла выставляется студенту, если работа выполнялась самостоятельно, материал подобран в достаточном количестве, с использованием разных источников, работа оформлена с незначительными отклонениями от требований

0,3 балла выставляется студенту, если работа выполнялась с помощью преподавателя, материал подобран в достаточном количестве, работа оформлена с отклонением от требований

0,2 балла выставляется студенту, если работа выполнена со значительными ошибками, материал подобран в недостаточном количестве, работа оформлена с существенными отклонениями от требований

Составитель, к.т.н., доцент _____ Т.А. Джум
(подпись)

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

Кафедра торговли и общественного питания

Кейс-стади
по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»

Тема 2 Константы фирменного стиля в ресторанном бизнесе

Кейс-ситуации по теме «Концептуальные решения по корпоративной культуре в индустрии гостеприимства как основного элемента фирменного стиля»

Структура кейса: предъявление темы занятия, формулировка проблемы, вопросов, задания, подробное описание практических ситуаций, сопутствующие факты, положения, варианты, альтернативы.

1. Объясните варианты способов разрешения конфликтов с посетителями. Проиллюстрируйте ответ своими наблюдениями.

2. На основе требований к профессиональному поведению официанта и памятки «Правила по культуре обслуживания гостей» разработайте нравственный (этический) кодекс студента.

3. Поясните почему считается, что бережливость и рачительность – это не только экономические, но и нравственные понятия.

4. По вашему мнению, развитие ресторанного сервиса требует только материальных средств, инициативы, знаний или еще и моральной зрелости, смелости? И если да, то почему?

5. Как, по вашему мнению, можно привить работнику ресторана профессиональный долг перед гостями? Когда надо начинать это делать?

6. При оценке труда официанта предлагается учитывать фактор чуткости. Как вы понимаете этот фактор и как его (с помощью каких показателей) можно оценивать?

7. Какой смысл вы вкладываете в слова «моя жизненная позиция»? Как вы и ваши коллеги отстаиваете ее, столкнувшись с конкретными проявлениями отступлений от принципов морали и положений «Памятки — правил по культуре обслуживания гостей».

8. За что вы – за то, чтобы жаловаться на несправедливость в различные инстанции или самому, засучив рукава, добиваться правды?

9. Как Вы думаете, можно ли «ускорить» нравственное формирование официанта? Ответ обоснуйте доказательствами, базируясь на ресторанную практику обслуживания гостей. Укажите критерии (показатели) по определению уровня нравственной культуры официанта.

Тема 3 Меню – носитель имиджа ресторана

Кейс-стади на тему «Составление различных вариантов меню: заказных блюд для ресторана, предусмотрев карту вин; семейных обедов в ресторане; блюд национальной кухни; бизнес-ланча»

Метод кейс-стади - обучение, при котором студенты и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций или задач. При данном методе обучения студент самостоятельно принимает решение и обосновывает его.

Кейс 1: 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.

Кейс 2: в торговом центре города открывается детское кафе на 30 мест. Задание: составьте меню и предложите услуги для детей и их родителей, включая услуги питания, досуга и другие (ГОСТ 30389-2013 и ГОСТ 31984-2012).

Кейс 3: при пятизвездочном отеле открывается коктейль-бар на 25 мест. Задание: составьте меню и карту вин бара, предложите услуги, обеспечивающие создание для потребителей повышенного уровня комфортности и высокую рентабельность предприятия.

Кейс 4: Исследование ассортимента предлагаемых блюд пивного бара ООО «Бавария»

Цели и задачи

Руководство предприятием общественного питания представляет собой сложный процесс, требующий реализации многих функций управления. Целью кейса является исследование ассортимента предлагаемых блюд пивного бара «Бавария» на основе анализа имеющейся информации. Таким образом, в рамках кейса студенты должны разработать комплекс мероприятий по управлению ассортиментом на предприятии.

Кейс 5: Исследуйте меню двух предприятий общепита, одинаковых по типизации и принадлежности классу. Предложите рекомендации по обновлению ассортимента.

Цели и задачи:

- формирование у обучающихся представления о методике анализа ассортиментной политики предприятия общепита;
- освоение приемов оценки качества и конкурентоспособности предлагаемой продукции исследуемого предприятия;
- разработка стратегии управления ассортиментом в зависимости от выбранной цели его развития.

Кейс 6: Выберите объект исследования – ресторанный комплекс, который вам известен. Оцените ассортиментную политику данного предприятия. Примените методику оценки качества и конкурентоспособности предлагаемых услуг по предложенной методике. Выразите критические замечания по качеству предлагаемых услуг, которые вы протестировали в день посещения.

Тема 4 Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана

Кейсы

Структура кейса: предъявление темы занятия, формулировка проблемы, вопросов, задания, подробное описание практических ситуаций, сопутствующие факты, положения, варианты, альтернативы.

Кейс 1: в центре города открывается ресторан русской кухни высшего класса на 100 мест. Задание: разработайте и предложите структуру и фирменный стиль оформления интерьера торговых помещений предприятия.

Кейс 2: в торговом центре города открывается детское кафе на 30 мест. Задание: предложите планировку и разработайте архитектурно-композиционное решение интерьера торгового зала (цветовое решение, использование осветительных приборов, декоративных элементов и др.).

Кейс 3: при пятизвездочном отеле открывается коктейль-бар на 25 мест. Задание: произведите подбор и размещение торгового оборудования в зале, подбор мебели с учетом единства стиля, предложите варианты её расстановки с учетом типа предприятия, выбранных форм обслуживания. Составьте эскиз торгового зала.

Кейс 4: в кафе «Артистическое» на 50 мест оптимизировано меню с учетом типа предприятия. Задание: подберите предметы сервировки столов с учетом стиля, определите их ассортимент с учетом применяемых форм и методов обслуживания.

Кейс 5: Представьте рекомендации по сервировке столов для различных видов обслуживания. Составьте схемы различных сервировок, придерживаясь определенного фирменного стиля с учетом рекомендованного вами стилевого направления интерьера зала.

Тема 5 Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий питания

Кейс-стади с элементами решения комплексных ситуационных задач по теме «Разработать мероприятия по поддержанию достигнутого уровня конкурентоспособности действующих ведущих ресторанных комплексов города»

Кейс-стади по форме «Мозгового штурма» - метод активизации мыслительных процессов путем совместного поиска решений трудной проблемы. В мозговом штурме участвует весь коллектив из нескольких студентов и преподавателя, выполняющего роль ведущего. Перед началом мозгового штурма ведущий производит четкую постановку решаемой задачи. В ходе мозгового штурма участники высказывают свои идеи решения поставленной задачи, причем как логичные, так и абсурдные. В процессе мозгового штурма, как правило, решения вначале не отличаются высокой оригинальностью, но по прошествии некоторого времени типовые, шаблонные решения исчерпываются, и у участников начинают возникать необычные, оригинальные идеи. Все идеи записываются ведущим. Затем, когда все идеи высказаны, производится анализ их, развитие и отбор лучших. В итоге находится максимально эффективное и часто нетривиальное решение задачи. Мозговые штурмы проводятся в форме деловых игр. Они способствуют созданию инновационного климата в группе, мобилизации студентов на поиск новых решений. Мозговой штурм подразделяется на 2 этапа: собственно штурм и этап анализа с соблюдением принципа: идеи – отдельно, критика – отдельно.

Кейс № 1

В соответствии с программой проведения Дня города (района) необходимо организовать торговлю кулинарной и кондитерской продукцией предприятий общественного питания. Необходимо разработать ассортимент продукции, предоставляемых услуг, предложить методы и формы обслуживания, оформить необходимую документацию.

Кейс № 2

Учебное заведение, имеющее общежитие, с количеством студентов 900 человек предполагает реконструкцию блока питания. Необходимо разработать и предложить наиболее оптимальные варианты организации питания и предоставления дополнительных услуг студентам в соответствии с требованиями к данному типу предприятий, с учетом контингента, режима учебы, прогрессивных форм обслуживания.

Кейс № 3

В летний сезон необходимо организовать питание и обслуживание в местах массового отдыха. Необходимо разработать ассортимент продукции, перечень услуг, предложить формы и методы организации обслуживания, типы предприятий общественного питания. Обосновать свой выбор.

Кейс № 4

Вы открываете частное предприятие питания. Определите конкурентоспособную стратегию его развития и деятельности.

Кейс № 5

Вы президент фирмы, готовитесь к встрече делегации иностранных гостей. Организуйте дневной прием «Бокал шампанского».

Кейс № 6

Вы директор предприятия питания. Второй раз поступает жалоба на качество приготовления первых блюд. Какие методы стимулирования деятельности производственного персонала следует применить в данной ситуации? Ответ аргументируйте подробно.

Кейс № 7

Кондитерский цех ресторана «Одесса - мама» разработал рецептуры новых изделий – тортов: «Свадебный» и «Юбилейный», отличающихся от конкурентных изделий высоким качеством, внешним оформлением, приятным вкусом и ароматом, красивой упаковкой. Торты имеют пониженную калорийность. Составьте план проведения пробного маркетинга и рекламный текст для новых изделий.

Кейс № 8

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 № 9

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

Критерии оценки кейс-стади:

0,5 баллов – выставляется студенту за оригинальный ответ на вопрос или оригинальное решение кейса, которое свидетельствует о высоком уровне его подготовки, верно выполнены нужные вычисления, и преобразования, получен правильный ответ, последовательно записано решение

0,4 баллов - выставляется студенту, который правильно выбрал способ решения, само решение сопровождается необходимыми разъяснениями, но в вычислениях или логическом построении имеются не существенные арифметические и логические ошибки

0,3 баллов выставляется студенту, который правильно выбрал правильный способ решения кейса, однако в самом решении отсутствуют разъяснения, а в вычислениях имеются существенные арифметические и логические ошибки

0,2 баллов выставляется студенту, который допустил при решении кейса грубейшие ошибки, предложил нелогичное решение, не раскрывающее сути проблемной ситуации

Составитель, к.т.н., доцент _____ Т.А. Джум
(подпись)

Приложение 6

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

Кафедра торговли и общественного питания

Комплексные ситуационные задания по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»

Тема 1. Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе

Ситуация 1. Найдите соответствие между составляющими управления деятельностью ресторана, учитываемых при разработке концептуальных решений, и их компонентами

1	Атмосфера	А	Составление набора ассортиментных позиций, проведение эффективной ассортиментной политики, внесение улучшающих изменений
2	Меню	Б	Калькуляция ассортиментных позиций, управление соотношением: «издержки производства – ценность для потребителя», разработка шкалы скидков
3	Цена	В	Разработка стандартов обслуживания в ресторане, составление требований к персоналу, мониторинг удовлетворенности потребителей
4	Сервис	Г	Реклама, PR, прямой маркетинг, стимулирование продаж, личные продажи
5	Продвижение	Д	Оформление интерьера, создание музыкального фона

Обоснуйте принятые вами варианты решения

Ситуация 2. Найдите соответствие между составными частями структуры ресторанного продукта и их содержанием

1	Родовой продукт	А	Перечень услуг, сопровождающих потребление блюд и напитков, что обеспечивает минимум ожидания клиента
2	Ожидаемый продукт	Б	Стиль ресторана, отличительные качества, атмосфера
3	Расширенный продукт	В	Будущий результат принимаемых решений, направленных на улучшение позиций ресторана, повышение его рыночной привлекательности
4	Потенциальный продукт	Г	Меню, перечень блюд и напитков, предлагаемых клиенту

Обоснуйте принятые вами варианты решения

Ситуация 3. Найдите соответствие между отличительными признаками, по которым ресторан классифицируется и их примерами:

1	По ассортименту реализуемой продукции	А	Клубный, ресторан-салон, спорт-ресторан, ночной клуб
2	По интересам потребителей	Б	Неспециализированные и специализированные
3	По месторасположению	В	Рестораны с обслуживанием официантами, рестораны со «Шведским столом», рестораны выездного обслуживания

4	По методам и формам обслуживания	Г	Гостиничный ресторан, ландшафтный ресторан, вагон-ресторан, вокзальный ресторан
5	По составу и назначению помещений	Д	Стационарные и передвижные

Обоснуйте принятые вами варианты решения

Ситуация 4. Впишите ответ в свободное поле (связанный с повышением эффективности деятельности предприятия) - чтобы ресторан давал прибыль, нужно увеличивать объем продаж и сокращать _____.

Ситуация 5. Дайте ответы в комплексной ситуации с учетом рассматриваемого аспекта:

I. Выберите несколько вариантов ответов (МВ)

К социальной компетентности, связанной с профессиональными качествами официанта относят:

- А. Знание меню
- Б. Быстрота обслуживания
- В. Чистота в работе
- Г. Способность наладить контакт с гостями
- Д. Внимательность

II. Установление соответствия (УС)

Выберите оптимальное соответствие между группами потенциальных потребителей услуг предприятий питания и их восприятием по отношению наиболее подходящего для них заведения сферы ресторанного бизнеса по концепции заведения:

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

III. Вставьте число, связанное с количеством групп услуг, предоставляемых потребителям в предприятиях питания

На предприятиях питания всю номенклатуру предоставляемых услуг можно объединить в _____ групп.

Тема 2. Константы фирменного стиля в ресторанном бизнесе

Ситуация 1. Поставьте в логической последовательности этапы комплекса по формированию спроса в процессе реализации концептуальных решений в ресторанном бизнесе:

- А. Оценка характера мероприятий с выявлением дополнительных возможностей
- Б. Определение стратегии и тактики с учетом целевой аудитории
- В. Бюджетирование с разработкой механизма контроля
- Г. Анализ достижения целей
- Д. Установление каналов коммуникаций и планов действий
- Е. Анализ ситуации и формирование целей

Обоснуйте принятые вами варианты решения

Ситуация 2. Найдите соответствие между видами используемой на предприятиях питания рекламы и её практической реализацией:

1	Неон	А	щитовая реклама, при этом
---	------	---	---------------------------

			выстраивается специальная строительная конструкция, на которой крепится щит с рекламой
2	Билборд	Б	Глухая стена здания, на которой крепится щитовая реклама, выкладывается панно или наносится изображение на штукатурку
3	Брандмауэр	В	Светящаяся реклама на улицах и площадях города

Обоснуйте принятые вами варианты решения

Ситуация 3. Найдите соответствие между видами рекламно-маркетинговой деятельности предприятия питания и её фактическими проявлениями в концептуальных решениях в ресторанном бизнесе:

1	Печатная реклама	А	Вся реклама на улицах и площадях города
2	Наружная реклама	Б	Реклама по радиопередающим станциям и громкоговорящим каналам связи
3	Аудиореклама	В	Все типы рекламы, которые изготавливаются полиграфическим способом

Обоснуйте принятые вами варианты решения

Ситуация 4. Найдите соответствие между функциями фирменного стиля, которые учитываются при разработке концептуальных решений, и их направленностью в ресторанном бизнесе:

1	Имиджевая	А	поддерживает и укрепляет внутрикорпоративную культуру
2	Идентификационная	Б	отражает индивидуальные черты, определяющие статус предприятия питания в ряду аналогичных заведений, а также выявляет его стиль
3	Корпоративная	В	формирует образ предприятия питания

Обоснуйте принятые вами варианты решения

Ситуация 5. Найдите соответствие между константами фирменного стиля и их отличительными особенностями:

1	Фирменное имя (бренд)	А	Символ, рисунок или отличительный цвет, обозначение
2	Фирменный знак (логотип)	Б	Конкретное представление, сложившееся у потребителя под влиянием рекламы о продукции и услугах предприятия питания
3	Товарный образ	В	Слово (буква) или группа слов (букв), которые легко произносятся и запоминаются

Обоснуйте принятые вами варианты решения

Ситуация 6. Найдите соответствие между группами имиджевой рекламы, используемой на предприятии питания, и её примерами:

1	Зрительная	А	Радиореклама, устные сообщения, объявления
---	------------	---	--

2	Слуховая	Б	Теле- и кинореклама, рекламные ролики
3	Зрительно-слуховая	В	Газетно-журнальная, печатная, световая, оформленная продукция, выставленная в зале при оформлении смотровых витрин, фотореклама

Обоснуйте принятые вами варианты решения

Ситуация 7. Впишите ответ в свободное поле - Маркетинговая стратегия ресторана, направленная на формирование нового имиджа предприятия путем изменения его визуальной идентификации (названия, логотипа ресторана), а также внутренних процессов, меню, работников, ценностей, внутреннего маркетинга – это _____.

Обоснуйте принятые вами варианты решения

Ситуация 8. Дайте ответы в комплексной ситуации с учетом рассматриваемого аспекта:

I. Вставьте слово, связанной с продвижением кулинарной продукции в ресторане

Основным рекламным средством, используемым для продвижения и информирование гостей об имеющейся кулинарной продукции и количественных её характеристиках в ресторане является документ зала, оформленный в стилевом направлении данного предприятия - _____.

II. Выберите несколько правильных ответов (МВ):

К стимулированию сбыта в ресторане относят такие мероприятия как:

- А. Два блюда по цене одного
- Б. Единичные или множественные скидки
- В. Недельные купоны
- Г. Реклама в СМИ
- Д. Активизация прямого маркетинга

III. Выберите правильный ответ (ЕВ):

Экономическая эффективность рекламного мероприятия ресторана может быть:

- А. Положительная, отрицательная, пассивная
- Б. Активная, положительная, отрицательная
- В. Нейтральная, пассивная, отрицательная
- Г. Положительная, отрицательная, нейтральная

Тема 3 Меню – носитель имиджа ресторана

Ситуация 1: Ресторан «Усадьба» предлагает следующие ассортиментные группы кулинарной продукции: холодные и горячие закуски; первые блюда; горячие мясные и рыбные блюда; десерты; спиртные напитки. Указанное число ассортиментных групп характеризует:

- а) широту товарного ассортимента;
- б) глубину;
- в) насыщенность;
- г) гармоничность.

Ответ аргументируйте.

Ситуация 2: Предприятие питания, разрабатывая новую продукцию, изучает спрос на рынке, чтобы:

- а) установить возможный объем продаж;

- б) выявить отношение потребителей;
- в) определить конкурентные преимущества;
- г) оценить емкость рынка.

Ответ аргументируйте

Ситуация 3: Каждый товар имеет свой жизненный цикл. При его исследовании обычно рассматривают:

- а) интервал времени от момента выхода продукции на рынок до насыщения;
- б) время, в течение которого продукция находится на рынке;
- в) время от момента начала проведения пробных продаж до снятия с производства;
- г) время от момента поиска идеи и разработки продукции до снятия его с

производства.

Ответ аргументируйте

Ситуация 4: Что относят к новизне товара:

- а) изменение потребительских свойств;
- б) изменение цены;
- в) продление сроков хранения;
- г) изменение внешнего оформления.

Ответ аргументируйте

Ситуация 5: Что входит в систему формирования ассортимента:

- а) решение вопросов по обновлению ассортимента;
- б) оценка и пересмотр ассортимента;
- в) сокращение производственных затрат;
- г) сегментация рынка.

Ответ аргументируйте

Ситуация 6. Поставьте в логической последовательности этапы разработки новой продукции на предприятии питания:

- А. Первичная оценка потребительских свойств разработанной продукции
- Б. Анализ тенденций и покупательских предпочтений в выборе продукции
- В. Поиск новых идей с позиции выявленных неудовлетворенных потребностей
- Г. Разработка рецептуры и расчет себестоимости
- Д. Выход на рынок
- Е. Организация дегустаций с привлечением экспертов, оценка потребительских

свойств

Ответ аргументируйте

Ситуация 7. Поставьте в логической последовательности этапы, связанные с внедрением новой продукции на рынок:

А. Изучение реакции потребителей на новую продукцию, выявление мотивов и покупательских оценок

Б. Определение динамики продаж, выявление претензий к свойствам продукции

В. Отслеживание стадий насыщения рынка продукции

Г. Разработка комплекса маркетинга в отношении новой продукции – организация рекламных мероприятий, продвижения продукции, использование средств стимулирование сбыта

Д. Апробация продукции в зале

Ответ аргументируйте

Ситуация 8. Показать последовательность расположения блюд в меню

А. Супы

Б. Основные горячие блюда

В. Холодные и горячие закуски

Г. Фирменные блюда и закуски

Д. Сладкие блюда

Е. Горячие, холодные напитки и кондитерские изделия
 Ответ аргументируйте

Ситуация 9. Выберите правильный стиль работы официанта с учетом типов темпераментов у клиентов при работе с меню в процессе получения заказа от гостей

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

Ответ аргументируйте

Ситуация 10. Выберите соответствие между темпераментом, которым обладают посетители и их поведением в зале, что необходимо при выборе тактики работы с ними

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		клиент - меланхолик

Ответ аргументируйте

Ситуация 11. Найдите соответствие между принципами составления меню и их содержанием

1	Совместимость	А	Определение количественных характеристик блюд с точки зрения удовлетворения потребностей гостей разных возрастных групп и в разное время суток
2	Взаимозаменяемость	Б	Способность одной продукции заменять другую
3	Экономичность	В	Отсутствие риска, связанного с возможностью нанесения продукцией или услугой жизни, здоровью или имуществу гостей
4	Безопасность	Г	Соблюдение основ рационального питания в разное время суток, сочетание гарниров и соусов с основными продуктами, напитков с блюдами, посуды – с размерами порций блюд

Ответ аргументируйте

Ситуация 12. Вставьте слово, связанное со способами увеличения продаж в ресторане

Менеджмент, связанный с проведением акций и мероприятий, позволяющих активизировать внимание к ресторану и интерес постоянных гостей, а также привлекать новых посетителей называют _____.

Ответ аргументируйте

Ситуация 13. Дайте ответы в комплексной ситуации с учетом рассматриваемого аспекта:

I. Вставьте слово, связанное с видом меню, используемом в ресторанном бизнесе

Разновидностью меню со свободным выбором блюд, применяемом в ресторанах, в котором все фирменные и заказные блюда готовят по заказу потребителей, называют меню _____.

II. Установите правильную последовательность (УП)

Поставьте в правильной последовательности вынос заказа с учетом последовательности записи в меню:

- А. Фруктовый салат
- Б. Бифштекс натуральный
- В. Окрошка мясная сборная
- Г. Шампиньоны в сметане, запеченные в воловане
- Д. Деликатесный салат с крабами
- Е. Клюквенный морс

III. Выберите правильный ответ (ЕВ)

Рыба под маринадом, рыба под майонезом, мясо заливное, буженина, ростбиф, галантин, сациви из кур, паштеты относятся к кулинарной группе:

- А. Холодных блюд и закусок
- Б. Горячих закусок
- В. Основных горячих блюд
- Г. Гастрономической продукции

Тема 4. Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана

Ситуация 1. В каком порядке должны размещаться группы помещений на предприятии общественного питания в соответствии с требованиями строительных норм и правил, а также с учетом санитарных норм и правил:

- А. Административно-бытовые помещения
- Б. Торговые помещения
- В. Технические помещения
- Г. Производственные помещения
- Д. Складские помещения

Ответ аргументируйте

Ситуация 2. Поставьте в правильной последовательности составляющие которые постепенно формируют интерьер заведения сферы ресторанного бизнеса:

- А. Мебель и освещение
- Б. Внутренняя отделка помещения и тема окон
- В. Интерьерные мелочи и оформление туалетной комнаты
- Г. Оформление гардероба
- Д. Общее внутреннее состояние помещений (условия чистоты)

Ответ аргументируйте

Ситуация 3. Поставьте в правильной последовательности концептуальные решения при определении порядка планировки здания ресторана:

- А. Размещение оборудования;

- Б. Выбор этажности и конфигурации;
 - В. Выбор типа здания;
 - Г. Выбор архитектурно-планировочной схемы;
 - Д. Размещение помещений в здании.
- Ответ аргументируйте

Ситуация 4. Установите соответствие между архитектурно-планировочной схемой здания ресторана и ее недостатком:

1	Центричная планировочная схема	А	значительная протяженность зала, а следовательно, большие расстояния от раздачи до отдельных мест
2	Фронтальная планировочная схема	Б	отсутствуют недостатки
3	Глубинная планировочная схема	В	удаленность отдельных мест в зале от раздачи и моечной столовой посуды
4	Угловая планировочная схема	Г	ограниченный фронт раздачи

Ответ аргументируйте

Ситуация 5. Установите соответствие между концептуальными ресторанами и наиболее подходящими для них интерьерами, отражающими фирменный стиль:

1	Главный архитектурный элемент в ресторане гигантские каменные ребра, которые выступают из стен и создают противовес сводам, давящим на стены, характерна строгая цветовая гамма, в зале расставлены прямоугольные столы и стулья с высокими спинками, при сервировке используется посуда и столовые приборы из металла, а в меню преобладают блюда, приготовленные на открытом огне	А	Японский стиль
2	Пивные бары, клубы, кабачки, загородные рестораны, которые специализируются на русской, или американской, или на английской кухне, при сервировке столов применяется посуда из толстого цветного стекла, керамики или фаянса, зал отделан твердыми породами дерева и оформлен в народных традициях, а в качестве аксессуаров используются старинные вещи	Б	Кантри
3	В ресторане национальной кухни при сервировке столов предпочтение отдано фарфору, посуда из которого имеет простые прямоугольные или округлые формы, сервировка отличается изяществом и простотой, столы украшены миниатюрной веткой сакуры, а наряду с европейскими столовыми приборами используются палочки для еды, расположенные на индивидуальных подставках перед каждым гостем	В	Готический стиль

Ответ аргументируйте

Ситуация 6. Установите соответствие между концептуальными заведениями сферы ресторанного бизнеса и музыкальным обслуживанием, соответствующим общей концепции, стилю и атмосфере предприятия питания:

1	Ресторан русской кухни	А	Салонный джаз
---	------------------------	---	---------------

2	Кафе	Б	Песни народных ансамблей
3	Ресторан английской или французской кухни	В	Легкая музыка
4	Ресторан высокой кухни	Г	Классическая музыка

Ответ аргументируйте

Ситуация 7 - Вставьте слово, связанное с отражением дизайнерских решений при оформлении зала для гостей в ресторане

159. Внутреннее функционально и эстетически организованное пространство зала, образуемое ограждающими поверхностями, мебелью, оборудованием, осветительной арматурой представляет собой _____.

Ответ аргументируйте

Ситуация 8. Дайте ответы в комплексной ситуации с учетом рассматриваемого аспекта:

I. Установите правильную последовательность (УП)

Поставьте в логической последовательности этапы разработки концепции ресторана:

- А. Определение сроков окупаемости вложенных денежных средств и привлечение квалифицированных работников, заинтересованных в получении прибыли
- Б. Определение ассортиментной политики и уровня цен
- В. Определение необходимой оснащенности предприятия оборудованием, посудой, мебелью и затрат на организацию производственно-торгового процесса
- Г. Представление о составе будущих потребителей

II. Выберите несколько правильных ответов (МВ)

При составлении музыкальных композиций для предприятий питания учитывают:

- А. Тип предприятия, время обслуживания, дни недели, целевую аудиторию
- Б. Музыкальные стили и направления, отвечающие вкусовым и жанровым пристрастиям основного контингента гостей
- В. Различные музыкальные носители, а также функциональные возможности карооки
- Г. Месторасположение предприятия питания
- Д. Уровень ценовой политики предприятия
- Е. Наличие на предприятии соответствующей нормативно-технической документации

III. Установите соответствие

Найдите соответствия между стилями создания флористических композиций, используемых при оформлении ресторанных залов и их характеристикой

1	Вегетативный стиль	А	Растения одного вида устанавливаются горизонтальными или диагональными рядами, характеризуется минимализмом, при этом за основу берется какой-либо оригинальный цветок или изогнутая ветвь, подходит для оформления интерьеров в стиле хай-тек
2	Декоративный стиль	Б	Характерно использование фруктов, овощей, камней, ягод, при этом вазой для цветов может служить патиссон, разрезанные арбуз или дыня, подходит для оформления интерьеров в стиле кантри
3	Параллельный стиль	В	Характеризуется ниспадающими и круглыми букетами, как правило объемными, а также могут быть композиции в виде полумесяца или звезды, подходит для оформления интерьеров в стиле модерн

Тема 5. Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий питания

Ситуация 1. Поставьте в логической последовательности ключевые составляющие управления ресторанным бизнесом:

А. Планирование

Б. Продвижение

В. Обслуживание

Г. Производство

Ответ аргументируйте

Ситуация 2. Поставьте в логической последовательности этапы оценки конкурентоспособности услуг в ресторанном бизнесе:

А. Позиционирование кулинарной продукции (услуги) ресторана

Б. Оценка уровня качества и престижности кулинарной продукции (услуги) с учетом анализа цены потребления, определения значимости ценности для потребительского сегмента

В. Предварительный выбор целевого сегмента, а также номенклатуры показателей потребительской ценности

Г. Формирование требований к кулинарной продукции с учетом собранной информации о рыночных конкурентах и запросах потенциальных потребителей

Ответ аргументируйте

Ситуация 3. Найдите соответствие между критериями конкурентоспособности ресторана и их реальным отражением в деятельности предприятия

1	Критерии результата	А	Охватывает те услуги, которые создают комфортность, удобства потребителю
2	Критерии условий обслуживания	Б	Связан с профессиональным уровнем подготовки кадров, умением учесть индивидуальные запросы гостей
3	Критерии культуры обслуживания	В	Связан с затратами денежных средств и времени при обслуживании со стороны гостей
4	Критерии доступности	Г	Регламентирован стандартами на материальные услуги, связан с качеством приготовленных блюд

Ответ аргументируйте

Ситуация 4. Найдите соответствие между требованиями к услугам предприятий общественного питания и их содержанием

1	Эргономичность	А	Стилевое единство, гармоничность дизайна, опрятность внешнего вида персонала
2	Эстетичность	Б	Способность услуги изменяться в соответствии с изменениями требований к услугам
3	Гибкость	В	Соответствие используемой в процессе обслуживания мебели, оборудования гигиеническим, антропометрическим и физиологическим возможностям потребителей

Ответ аргументируйте

Ситуация 5. Найдите соответствие между видами стимулирующих воздействий, используемых на предприятии питания и группами задействованных лиц, на которые они нацелены

1	По отношению к потребителям	А	Бесплатное обучение дилеров, «сбытовой зачет», предоставление торгового оборудования и инвентаря, консультирование дилеров
2	По отношению к персоналу	Б	Премии, дополнительные отпуска, развлекательные поездки, разнообразные формы морального поощрения

3	По отношению к посредникам	В	Скидки с цены, использование дисконтных расчетных карт, распространение купонов, дегустации, рекламные сувениры
---	----------------------------	---	---

Ответ аргументируйте

Ситуация 6. Найдите соответствие между ключевыми составляющими управления ресторанным бизнесом и их сутью

1	Планирование	А	Закупка продуктов, учет, складирование, приготовление блюд
2	Производство	Б	Выбор вида сервиса, работа с потребителями, расчет
3	Обслуживание	В	Продажи, PR, реклама, стимулирование продаж
4	Продвижение	Г	Разработка концепции, меню, дизайна помещений

Ответ аргументируйте

Ситуация 7. Вставьте слово: способность ресторана выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными предприятиями на данном рынке по таким факторам как качество, цена, реклама, ассортимент, исследование и развитие, обслуживание – это _____.

Ответ аргументируйте

Ситуация 8. Дайте ответы в комплексной ситуации с учетом рассматриваемого аспекта:

I. Выберите правильный ответ:

Компетентность и квалификация персонала связана с такими требованиями к услугам общественного питания как:

- А. Функциональная пригодность
- Б. Эргономические условия
- В. Эстетические условия
- Г. Информативность услуг
- Д. Безопасность услуг

II. Установите правильное соответствие

Найдите соответствие между этапами обслуживания и идеальным временем, связывающим эти этапы

1	Между заказом и подачей аперитива	А	5 – 10 минут
2	Между заказом и подачей закуски	Б	15 – 25 минут
3	Между подачей закуски и подачей основного блюда	В	3 – 5 минут
4	Между заказом и подачей десерта	Г	1 – 2 минут

III. Вставьте число, связанное с несоблюдением среднего времени обслуживания: недовольство клиентов возрастает, если задержка в подаче кулинарной продукции после того как прошло среднее время обслуживания составляет _____ минут.

Ответ аргументируйте

Критерии оценки решения комплексных ситуационных заданий:

0,5 баллов – выставляется студенту, если он свободно, с глубоким знанием материала правильно и полно решил ситуационную задачу (выполнил все задания, правильно ответил на все поставленные вопросы);

0,3 баллов – выставляется студенту, если он достаточно убедительно, с незначительными ошибками в теоретической подготовке и достаточно освоенными умениями по существу правильно ответил на вопросы или допустил небольшие погрешности в ответе;

0,1 баллов – выставляется студенту, если он недостаточно уверенно, с существенными ошибками в теоретической подготовке и плохо освоенными умениями ответил на вопросы ситуационной задачи; с затруднениями, но все же сможет при необходимости решить подобную ситуационную задачу на практике.

Составитель, к.т.н., доцент _____ Т.А. Джум
(подпись)

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Вопросы для собеседования
по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»**

Тема 1 Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе

Литература: О-1,2,3,4,5; НПД-1-13; Д-3,4,5,6,7,9,14.

Вопросы для собеседования

1. Что собой представляет идея ресторана?
2. В чем заключается понятие концепции?
3. Кто занимается созданием концепции?
4. Что связывает между собой маркетинговое исследование и концепцию?
5. Какие факторы влияют на выбор концептуального решения?
6. Какие разделы включает в себя концепция заведения сферы ресторанного бизнеса?
7. Что собой представляют дополнительные услуги в ресторане?

Тема 2 Константы фирменного стиля в ресторанном бизнесе

Литература: О-2,3,5; НПД-6,7,8,9,10,11; Д-2,8,10,11,12,13.

Вопросы для собеседования

1. Чем определяется название ресторана?
2. Что может торговая марка ресторана?
3. Где используется торговая марка ресторана?
4. Как написать легенду ресторана?
5. Как, в каком виде и в какой момент предлагать клиентам ознакомиться с легендой заведения?
6. Что собой представляет реклама в средствах массовой информации?
7. Какому ресторану нужен собственный интернет-сайт?

Тема 3 Меню – носитель имиджа ресторана

Литература: О-2,3,5; НПД-1,2,3,4,6,7,8,9,12,13; Д-2,10,11,12.

Вопросы для собеседования

1. Какие основные направления в области развития общественного питания имеют место на современном этапе?
2. Какие показатели характеризуют рентабельность услуги питания?
3. Какие направления деятельности объединяет комплекс маркетинга в сфере ресторанного бизнеса и в чём их основное содержание?
4. Какие факторы определяют восприятие качества услуг питания?
5. Что собой представляет молекулярная гастрономия?
6. Какие принципы характерны для молекулярной гастрономии?
7. Какие инновационные технологии в производстве кулинарной продукции объединяет молекулярная гастрономия?
8. Какие современные способы обработки продуктов выделены в сфере ресторанного бизнеса в настоящее время?
9. Сколько и какие подходы к определению понятия «новый товар» в сфере ресторанного бизнеса выделяют?

10. Из каких стадий состоит разработка и выход на рынок новой продукции в сфере ресторанного бизнеса?

11. Какую информацию включают технологические карты и в чем их значение для коммерческой деятельности предприятий питания?

12. Какие направления характерны в плане оформления кулинарной продукции на современном этапе?

Тема 4 Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана **Литература: О-1,2,3,4,5; НПД-1-13; Д-5,6,9,10,11,12,13,14.**

Вопросы для собеседования

1. Какие функциональные группы характерны для предприятия общественного питания?

2. Что представляет собой внутренне пространство каждого помещения с учетом принадлежности к определенной функциональной группе, характерной для предприятия общественного питания?

3. Какие компоненты составляют внутреннее пространство?

4. Что оказывает влияние на восприятие интерьера?

5. Из чего складывается композиция интерьера в современных предприятиях общественного питания?

6. Из каких составляющих складывается комфортность ресторана?

Тема 5 Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий питания **Литература: О-1-5; НПД-1-13; Д-1-14.**

Вопросы для собеседования

1. В чем заключается понятие, значение и общие проблемы качества обслуживания?

2. Как осуществляется оценка показателей качества продукции общественного питания?

3. Какие процессы и методы управления качеством продукции и услуг на предприятиях сферы ресторанного бизнеса, вы знаете?

4. Какие стандарты обслуживания в предприятиях сферы ресторанного бизнеса имеют место?

5. Как связано качество обслуживания и доходы на вложенный капитал?

6. Как формируется объективный уровень качества продукта ресторанного комплекса?

7. Что собой представляет концептуальная модель качества обслуживания для заведений сферы ресторанного бизнеса?

8. Какие программы стимулирования клиентов предусмотрены в ресторанной практики, связанные с концептуальными решениями?

Критерии оценки собеседования:

0,5 балла - выставляется за полный ответ на поставленный вопрос с включением в содержание ответа лекции, материалов учебников, дополнительной литературы без наводящих вопросов.

0,3 балла - выставляется за полный ответ на поставленный вопрос в объеме лекции с включением в содержание ответа материалов учебников с четкими положительными ответами на наводящие вопросы преподавателя.

0,1 балла - выставляется за ответ, в котором озвучено более половины требуемого материала, с положительным ответом на большую часть наводящих вопросов

Составитель, к.т.н., доцент _____ Т.А. Джум
(подпись)

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Комплект заданий для выполнения контрольной работы
по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»**

Вариант 1

1. Процесс управления брендингом предприятия питания.
2. Программы стимулирования клиентов предусмотренные в ресторанной практике, связанные с концептуальными решениями
3. Дайте определение технической эстетики. Укажите мероприятия, которые нужно провести в ресторанах для внедрения в них достижений технической эстетики, базируясь на практику деятельности ресторанов города

Вариант 2

1. Система формирования ассортимента на предприятиях питания.
2. Организация внутреннего пространства помещений с учетом принадлежности к определенной функциональной группе, характерной для предприятия общественного питания.
3. Проблемная ситуация - как проявляется эстетический вкус официанта в его облике? Почему считается, что внешний вид официанта – это визитная карточка ресторана?

Вариант 3

1. Базовые принципы учитываемые при оформлении меню с целью активизации продаж кулинарной продукции на предприятии питания.
2. Характеристика составляющих комфортности ресторана
3. Проблемная ситуация - перечислите задачи дизайнера в ресторане и каким, с вашей точки зрения, эстетическим требованиям должен отвечать фасад здания и интерьер современного ресторана.

Вариант 4

1. Известные способы увеличения продаж в ресторанной практике
2. Концептуальная модель качества обслуживания для заведений сферы ресторанного бизнеса
3. Проблемная ситуация - как с помощью рекламной кампании можно формировать благоприятный имидж ресторана? Ответ обоснуйте примерами из практики действующих ресторанов города

Вариант 5

1. Связь меню и концепции ресторана.
2. Организация труда обслуживающего персонала в предприятиях сферы ресторанного бизнеса
3. Проблемная ситуация - в центре города открывается ресторан русской кухни высшего класса на 100 мест. Задание: разработайте и предложите структуру и фирменный стиль оформления интерьера торговых помещений предприятия.

Вариант 6

1. Диагностика деятельности ресторана
2. Характеристика стиля модерн при оформлении зала предприятия общественного питания
3. Проблемная ситуация - в торговом центре города открывается детское кафе на 30

мест. Задание: составьте меню и предложите услуги для детей и их родителей, включая услуги питания, досуга и другие (ГОСТ 30389-2013 и ГОСТ 31984-2012).

Критерии оценки выполнения контрольной работы:

4 балл выставляется студенту, показавшему всесторонние, систематизированные, глубокие знания вопросов контрольной работы и умения уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений,

3 балла выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу его излагает, умеет применять полученные знания на практике, но допускает в ответе на теоретические вопросы или в решении задачи некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя,

2 балла выставляется студенту, показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, но при этом он владеет основными понятиями, выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения, и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации,

1 балла выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания, выносимых на контрольную работу вопросов тем дисциплины, допускает грубые ошибки в формулировках основных понятий и не умеет использовать полученные знания при решении типовых практических задач.

Составитель, к.т.н., доцент _____ Т.А. Джум
(подпись)

Приложение 9

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

Кафедра торговли и общественного питания

Комплект заданий для выполнения контрольной работы студентами заочной формы обучения по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»

Контрольная работа по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе» включает 2 теоретических вопроса из разных тем курса и одну ситуационную задачу.

Ответы должны быть конкретными, исчерпывающими, полностью отражать предложенные вопросы. Не допускается механическое переписывание текста учебника.

Темы контрольных работ устанавливаются в зависимости от двух последних цифр (номера зачетной книжки) бакалавра.

В таблице № 1 по горизонтали размещаются цифры от 0 до 9, каждая из которых соответствует последней цифре шифра, по вертикали размещены цифры от 0 до 9, каждая из которых соответствует предпоследней цифре шифра. Пересечение вертикальной и горизонтальной линий определяет клетку, в которой указаны вопросы контрольной работы.

Например: номер зачетной книжки 14-Зт-212 - вопросы работы 7, 20, 28.

Варианты контрольной работы

Предпоследняя цифра шифра	Последняя цифра шифра									
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	33	32	31	30	29	28	27	26	25	24
	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43
1	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	23	22	21	20	19	1	2	3	4	5
	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53
2	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	14	15	16	17	18	6	7	8	9	10
	54	55	34	35	36	37	38	39	40	41
3	31	32	33	1	2	3	4	5	6	7
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51
4	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	52	53	54	55	34	35	36	37	38	39
5	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
	31	32	33	1	2	3	4	5	6	7
	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49
6	28	29	30	31	32	33	1	2	3	4
	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
	50	51	52	53	54	55	34	35	36	37
7	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47
8	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
	28	29	30	31	32	33	1	2	3	4
	48	49	50	51	52	53	54	55	34	35
9	25	26	27	28	29	30	31	32	33	1
	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45

Вопросы к контрольной работе

1. Факторы места, оказывающие влияние на выбор концептуального решения
2. Клиенты – как основной вид маркетинговых исследований в действующем ресторане
3. Изучение конкурентов и конкурентной среды – как основной вид маркетинговых исследований в действующем ресторане
4. Диагностика деятельности ресторана
5. Бизнес-ланчи, завтраки в ресторане, дети в ресторане – как виды дополнительных услуг в ресторане
6. Поставщики оборудования, продуктов, посуды, аксессуаров, инвентаря
7. Музыкальные программы, караоке в ресторане, банкетное обслуживание, продажа на вынос – как виды дополнительных услуг в ресторане
8. История развития фирменного стиля
9. Имидж – как основной элемент корпоративной культуры.
10. Концепция предприятия – основа создания фирменного стиля.
11. История развития товарного знака.
12. Фирменный стиль предприятия общественного питания как важнейший компонент его благоприятного имиджа
13. 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
14. Процесс управления брендингом предприятия питания
15. Рекламная политика предприятия питания
16. Задачи психологии ресторанного сервиса
17. Связь меню и концепции ресторана.
18. Предпосылки формирования меню.
19. Меню ресторана самообслуживания.
20. Система организации информации в меню
21. Внешний вид меню. Требования по удобству пользования
22. Характеристика классического стиля оформления зала предприятия общественного питания. Презентация направлений – ампир, барокко, рококо.
23. Характеристика готического стиля оформления зала предприятия общественного питания.
24. Характеристика стиля модерн при оформлении зала предприятия общественного питания.
25. Основные принципы хай-тек при оформлении зала предприятия питания.
26. Характеристика восточного стиля оформления зала предприятия общественного питания.
27. Обслуживающий персонал: определение. Требования к конкретным должностям и профессиям обслуживающего персонала в предприятиях ресторанного бизнеса
28. Факторы, определяющие условия и режим труда обслуживающего персонала

29. Организация труда обслуживающего персонала в предприятиях сферы ресторанного бизнеса

30. Концепция организации питания и обслуживанию участников симпозиумов, конференций, семинаров совещаний

31. Концепция организации и обслуживанию торжеств, семейных обедов, тематических и ритуальных мероприятий

32. Концепция организации питания и обслуживания в местах массового отдыха и культурно-массовых мероприятий

33. Концептуальные подходам к способам достижения лояльности клиентов в ресторанной практике

34. Ситуация: 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.

35. Ситуация: в торговом центре города открывается детское кафе на 30 мест. Задание: составьте меню и предложите услуги для детей и их родителей, включая услуги питания, досуга и другие (ГОСТ 30389-2013 и ГОСТ 31984-2012).

36. Ситуация: при пятизвездочном отеле открывается коктейль-бар на 25 мест. Задание: составьте меню и карту вин бара, предложите услуги, обеспечивающие создание для потребителей повышенного уровня комфортности и высокую рентабельность предприятия.

37 Ситуация: Ресторан «Усадьба» предлагает следующие ассортиментные группы кулинарной продукции: холодные и горячие закуски; первые блюда; горячие мясные и рыбные блюда; десерты; спиртные напитки. Указанное число ассортиментных групп характеризует:

- а) широту товарного ассортимента;
- б) глубину;
- в) насыщенность;
- г) гармоничность.

Ответ аргументируйте.

38. Ситуация: Предприятие питания, разрабатывая новую продукцию, изучает спрос на рынке, чтобы:

- а) установить возможный объем продаж;
- б) выявить отношение потребителей;
- в) определить конкурентные преимущества;
- г) оценить емкость рынка.

Ответ аргументируйте

39. Ситуация: Каждый товар имеет свой жизненный цикл. При его исследовании обычно рассматривают:

- а) интервал времени от момента выхода продукции на рынок до насыщения;
- б) время, в течение которого продукция находится на рынке;
- в) время от момента начала проведения пробных продаж до снятия с производства;
- г) время от момента поиска идеи и разработки продукции до снятия его с производства.

Ответ аргументируйте

40. Ситуация: Что относят к новизне товара:

- а) изменение потребительских свойств;
- б) изменение цены;
- в) продление сроков хранения;
- г) изменение внешнего оформления.

Ответ аргументируйте

41. Ситуация: Что входит в систему формирования ассортимента:

- а) решение вопросов по обновлению ассортимента;
- б) оценка и пересмотр ассортимента;
- в) сокращение производственных затрат;
- г) сегментация рынка.

Ответ аргументируйте

42. Ситуация: в центре города открывается ресторан русской кухни высшего класса на 100 мест. Задание: разработайте и предложите структуру и фирменный стиль оформления интерьера торговых помещений предприятия.

43. Ситуация: в торговом центре города открывается детское кафе на 30 мест. Задание: предложите планировку и разработайте архитектурно-композиционное решение интерьера торгового зала (цветовое решение, использование осветительных приборов, декоративных элементов и др.).

44. Ситуация: при пятизвездочном отеле открывается коктейль-бар на 25 мест. Задание: произведите подбор и размещение торгового оборудования в зале, подбор мебели с учетом единства стиля, предложите варианты её расстановки с учетом типа предприятия, выбранных форм обслуживания. Составьте эскиз торгового зала.

45. Ситуация: в кафе «Артистическое» на 50 мест оптимизировано меню с учетом типа предприятия. Задание: подберите предметы сервировки столов с учетом стиля, определите их ассортимент с учетом применяемых форм и методов обслуживания.

46. Ситуация: Представьте рекомендации по сервировке столов для различных видов обслуживания. Составьте схемы различных сервировок, придерживаясь определенного фирменного стиля с учетом рекомендованного вами стилевого направления интерьера зала.

47. Ситуация: В соответствии с программой проведения Дня города (района) необходимо организовать торговлю кулинарной и кондитерской продукцией предприятий общественного питания. Необходимо разработать ассортимент продукции, предоставляемых услуг, предложить методы и формы обслуживания, оформить необходимую документацию.

48. Ситуация: Учебное заведение, имеющее общежитие, с количеством студентов 900 человек предполагает реконструкцию блока питания. Необходимо разработать и предложить наиболее оптимальные варианты организации питания и предоставления дополнительных услуг студентам в соответствии с требованиями к данному типу предприятий, с учетом контингента, режима учебы, прогрессивных форм обслуживания.

49. Ситуация: В летний сезон необходимо организовать питание и обслуживание в местах массового отдыха. Необходимо разработать ассортимент продукции, перечень услуг, предложить формы и методы организации обслуживания, типы предприятий общественного питания. Обосновать свой выбор.

50. Ситуация: Вы открываете частное предприятие питания. Определите конкурентоспособную стратегию его развития и деятельности.

51. Ситуация: Вы президент фирмы, готовитесь к встрече делегации иностранных гостей. Организуйте дневной прием «Бокал шампанского».

52. Ситуация: Вы директор предприятия питания. Второй раз поступает жалоба на качество приготовления первых блюд. Какие методы стимулирования деятельности производственного персонала следует применить в данной ситуации? Ответ аргументируйте подробно.

53. Ситуация: Кондитерский цех ресторана «Одесса - мама» разработал рецептуры новых изделий – тортов: «Свадебный» и «Юбилейный», отличающихся от конкурентных изделий высоким качеством, внешним оформлением, приятным вкусом и ароматом, красивой упаковкой. Торты имеют пониженную калорийность. Составьте план проведения пробного маркетинга и рекламный текст для новых изделий.

54. Ситуация: 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.

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

Критерии оценки:

«Зачтено» выставляется, если бакалавр правильно, глубоко и обоснованно провёл исследование, достаточно полно и логично изложил материал, проявил самостоятельность при написании, проанализировал конкретную информацию, правильно оформил контрольную работу, соблюдая предъявленные к ней требования.

«Не зачтено» выставляется бакалавру, который допустил грубые теоретические ошибки и поверхностно осветил основные положения вопросов, вместо теоретического освещения вопросов в работе, сделал описание конкретных примеров и фактов из хорошо известных источников, работа является плагиатом.

К защите не допускается контрольная работа, выполненная студентом не самостоятельно, а также полностью не соответствующая требованиям, предъявляемым к содержанию, изложению и оформлению контрольных работ.

Составитель, к.т.н., доцент _____ Т.А. Джум
(подпись)

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

Кафедра торговли и общественного питания

**Перечень тем обсуждаемых вопросов для проведения
круглого стола, дискуссий
по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»**

**Тема 1 Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе
Круглый стол на тему «Особенности концептуальных решений при
организации деятельности разных заведений сферы ресторанного бизнеса» с
элементами презентации**

Вопросы для обсуждения:

1. Что собой представляет ресторанная сеть и какие отличительные признаки её характеризуют?
2. Чем отличается коммерческая деятельность гостиничного ресторана от деятельности независимого предприятия питания?
3. Чем отличается коммерческая деятельность ресторана выездного обслуживания?
4. В чем отличие деятельности сети фаст-фуда?
5. Что собой представляет кофейный общепит в сфере ресторанного бизнеса?
6. Как выглядит многоуровневая структура служебной иерархии в пиццерийном производстве?
7. В чем суть концепции всех успешных мировых сетей фаст-фуда?

Вопросы для самопроверки

1. В чем преимущества функционирования ресторанной сети?
2. Какая специфика характерна при внедрении в практику сетевого ресторана стимулирующих программ?
3. Какие доходобразующие подразделения характерны для службы питания в гостиничном комплексе?
4. Какие подпроцессы организации питания гостей характерны для ресторана гостиничного комплекса?
5. Какие сезонные пики характерны для коммерческой практики кейтеринговой компании?
6. Как должна строить свои деловые коммерческие предложения кейтеринговая компания для оптимального позиционирования своих услуг на потребительском рынке и привлечения к ним внимания потенциальных клиентов?
7. Какие позиции выделяются в производственно-торговом процессе в ресторане быстрого питания на примере деятельности сети «Макдональдс» связанные с активным обучением для каждой из них персонала?
8. Какая организационная структура управления наиболее оптимальна для ресторана «Макдональдс»?
9. Какая подготовительная работа осуществляется перед аттестацией персонала в ресторане быстрого питания «Макдональдс»?
10. Какой наиболее оптимальный метод лучше использовать в целях аттестации персонала в сети фаст-фуд?
11. Чем отличается коммерческая деятельность кофейни от других типов

предприятий питания?

12. Какие мероприятия осуществляются для привлечения внимания клиентов к своей продукции в кофейнях?

13. Чем представлена ассортиментная политика кофеен?

14. Какие факторы оказывают влияние на качество эспрессо в кофейне?

15. Чем представлено пиццерийное производство в сфере ресторанного бизнеса?

Тема 2 Константы фирменного стиля в ресторанном бизнесе

Дискуссия на тему «Фирменный стиль и его основные элементы» с элементами презентации

Вопросы для обсуждения:

1. Почему фирменный стиль выступает в качестве важного коммерческого фактора и инструмента укрепления престижа предприятия?

2. Что относится к основным элементам фирменного стиля предприятия общественного питания?

3. Чем отличается фирменный знак от товарного знака и от фирменного блока?

4. Что собой представляет «брендбук»?

5. Почему понятие фирменного стиля связывают с понятием имиджа заведения?

6. В чем роль Интернета в маркетинговой деятельности ресторана?

7. Когда нужно заказывать средства наружной рекламы?

8. Как выбирать сувенирную продукцию предприятия общественного питания?

Практическое задание студентам:

База исследования – студент самостоятельно выбирает предприятие общественного питания (ресторан, бар, кафе). Выбор предприятия в качестве базы исследования в разрезе анализа его фирменного стиля может быть связан с базой практики.

Комплексное проблемное задание студента:

1. Оформить не менее 10 слайдов, посвященных презентации фирменного стиля базы исследования. Задачей презентации фирменного стиля предприятия питания – показать свою уникальность, особенность, индивидуальность, оригинальность и яркость запоминающегося образа.

В презентации должно быть отражено:

- фасад предприятия питания (вывеска, декоративные элементы, оформление витрин, с анализом отражает ли внешнее оформление предприятия его основную идею, специфику позиционирования, в том числе и ценовую категорию,

- внутреннее оформление, дизайн интерьера, связанный с основной идеей предприятия – цвет стен, потолка, мебель, барная стойка, оформление окон, подсветка,

- фирменный цвет,

- фирменная одежда персонала,

- дизайнерское оформление меню и винной карты,

- дизайнерское исполнение блюд,

- фирменная посуда, вазы, салфетки, пепельницы,

- фирменный логотип,

- фирменный лозунг,

- рекламно-сувенирная продукция,

- шоу-программы, фоновая музыка предприятия питания.

2. Разработать рекламное сообщение о деятельности данного предприятия, связанной с реализацией соответствующей концепции.

В рекламном сообщении фирменного стиля предприятия питания должна быть

отражена информация в соответствии с последовательностью показов слайдов. Текст выступления студентом должен быть составлен самостоятельно. В выступлении должен быть отражен творческий характер выполнения задания: концепция, которая определяет:

- тип ресторана,
 - меню и цены,
 - атмосферу и стиль обслуживания.
3. Проанализировать по выбранной базе исследования ряд позиций позиции:
- предпочтительную клиентуру,
 - концепцию,
 - конкуренцию в данном сегменте рынка,
 - желательные результаты деятельности.
 - замечания и рекомендации по размещению средств наружной рекламы

Тема 3 Меню – носитель имиджа ресторана

Дискуссия на тему «Маркетинговое меню»

Вопросы для дискуссии:

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?

Вопросы для самопроверки

1. Какие этапы объединяет комплекс мероприятий по формированию спроса в сфере ресторанного бизнеса?
2. Какие принципы необходимо учитывать при составлении меню?
3. Что собой представляет классификация блюд в ресторанной практике по БКГ-матрице и чем представлено содержание каждой группы продукции?
4. Что собой представляет метод количественной оценки меню и в чем его основное значение для коммерческой деятельности предприятия питания?

Тема 4 Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана

Круглый стол с элементами презентации на тему «Современные стили и направления, используемые при проектировании интерьеров предприятий питания»

Вопросы для обсуждения:

1. Тенденции дизайна.
2. Характеристика классического стиля оформления зала предприятия общественного питания. Презентация направлений – ампир, барокко, рококо.
3. Характеристика готического стиля оформления зала предприятия общественного питания.
4. Характеристика стиля модерн при оформлении зала предприятия общественного питания.
5. Основные принципы хай-тек при оформлении зала предприятия питания.

6. Характеристика восточного стиля оформления зала предприятия общественного питания.
7. Презентация стиля кантри при оформлении зала ресторана с русской кухней
8. Характеристика неорусского стиля оформления зала предприятия общественного питания.

Тема 5 Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий питания

Круглый стол на тему «Разработать концептуальные решения по проведению презентации ресторанного комплекса. Особенности продвижения ресторанного комплекса на рынке» с элементами презентации

Презентация как метод ролевой игры - метод обучения, при котором моделируется деятельность производственной и торговой группы предприятия общественного питания. Моделироваться могут события, конкретная деятельность людей (дизайнерские процессы и соответствующая им организация управления брендингом предприятия питания), а также обстановка, условия, в которых происходит событие или осуществляется деятельность. Сценарий игры содержит сюжет, описание структуры и назначение моделируемых процессов и объектов. Участники принимают роли различных должностей и профессий и действуют соответственно этим ролям

Направления обсуждения:

1. Концепция организации подготовки и проведения обслуживания по системе «Кейтеринг» с разработкой сценария праздника и фуршетом на 300 приглашенных по случаю презентации фирмы.
2. Концепция организации подготовки и проведения воскресного бранча в 4-звездочном отеле.
3. Концепция организации подготовки и проведения корпоративного мероприятия, посвященного юбилею фирмы.
4. Концепция организации подготовки и проведения праздника («Рождество», «Масленица», «Проводы Зимы», «Пасха» и др.) в загородном туристическом комплексе.
5. Концепция организации подготовки и проведения специального мероприятия (праздника) по поводу открытия «Русской ярмарки» в культурном центре города ближнего (дальнего) зарубежья.
6. Концепция организации программы встречи и обслуживания туристов из стран дальнего (ближнего) зарубежья с культурной программой и питанием (для туристов-индивидуалов - завтрак по меню буфета, остальное - по меню заказных блюд; для групп туристов - 3 разовое питание).

Задания студентам по заданным направлениям обсуждения:

1. Разработать и предложить структуру и фирменный стиль / тематику / оформления интерьера торговых помещений ресторанного комплекса
2. Предложить планировку и разработать архитектурно-композиционное решение интерьера торгового зала /цветовое решение, использование осветительных приборов, декоративных элементов/
3. Произвести подбор и размещение торгового оборудования в зале ресторана
4. Подобрать мебель с учетом единства стиля, предложить варианты ее расстановки в зале
5. Подобрать предметы сервировки столов с учетом стиля, определить их ассортимент с учетом применяемых форм и методов обслуживания
6. Разработать программу проведения презентации.

Критерии оценки дискуссии (круглый стол):

0,5 балл 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,

0,4 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,

0,3 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,

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

Составитель, к.т.н., доцент _____ Т.А. Джум
(подпись)

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

Кафедра торговли и общественного питания

Темы рефератов

по дисциплине «Концептуальные решения в ресторанном бизнесе»

Тема 1 Основы создания концептуальных решений в ресторанном бизнесе

Тематика рефератов:

1. Факторы места, оказывающие влияние на выбор концептуального решения
2. Клиенты – как основной вид маркетинговых исследований в действующем ресторане
3. Анализ продаж
4. Изучение конкурентов и конкурентной среды – как основной вид маркетинговых исследований в действующем ресторане
5. Диагностика деятельности ресторана
6. Бизнес-ланчи, завтраки в ресторане, дети в ресторане – как виды дополнительных услуг в ресторане
7. Поставщики оборудования, продуктов, посуды, аксессуаров, инвентаря
8. Музыкальные программы, караоке в ресторане, банкетное обслуживание, продажа на вынос – как виды дополнительных услуг в ресторане

Тема 2 Константы фирменного стиля в ресторанном бизнесе

Тематика рефератов:

1. История развития фирменного стиля
2. Имидж – как основной элемент корпоративной культуры.
3. Концепция предприятия – основа создания фирменного стиля.
4. История развития товарного знака.
5. Ведущие дизайнеры и компании по созданию товарных знаков.
6. Мировые бренды ресторанов.
7. Разработка фирменного стиля.
8. Сильный бренд – сильные эмоции
9. Фирменный стиль предприятия общественного питания как важнейший компонент его благоприятного имиджа
10. 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
11. Процесс управления брендингом предприятия питания
12. Рекламная политика предприятия питания

Тема 3 Меню – носитель имиджа ресторана

Тематика рефератов:

1. Связь меню и концепции ресторана.
2. Предпосылки формирования меню.
3. Меню ресторана самообслуживания.
4. Система организации информации в меню
5. Праздники и меню
6. Детское меню
7. Сезонное меню
8. Внешний вид меню. Требования по удобству пользования
9. Разработка оригинальных названий и описания для меню

Тема 4 Технический дизайн интерьера ресторана. Комфортность ресторана

Тематика рефератов, докладов, эссе:

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,
6. Примеры проектных решений столовых лечебных и оздоровительных учреждений.

Тема 5 Фирменный стиль и конкурентоспособность предприятий питания

Тематика рефератов:

1. Обслуживающий персонал: определение. Требования к конкретным должностям и профессиям обслуживающего персонала в предприятиях ресторанного бизнеса
2. Факторы, определяющие условия и режим труда обслуживающего персонала
3. Организация труда обслуживающего персонала в предприятиях сферы ресторанного бизнеса
4. Концепция организации питания и обслуживанию участников симпозиумов, конференций, семинаров совещаний
5. Концепция организации и обслуживанию торжеств, семейных обедов, тематических и ритуальных мероприятий
6. Концепция организации питания и обслуживания в местах массового отдыха и культурно-массовых мероприятий
7. Концептуальные подходы к способам достижения лояльности клиентов в ресторанной практике

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

1. Знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей.
2. Характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов).
3. Степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров,

иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению).

4. Качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

5. Использование литературных источников.

6. Культура письменного изложения материала.

7. Культура оформления материалов работы.

При защите реферата оцениваются:

1. Содержание печатного варианта реферата:

а) Полнота теоретической части,

б) Корректность выполнения практической части реферата,

в) Обоснованность разработанных рекомендаций.

2. Оформление печатного варианта реферата.

3. Презентация результатов реферата: оформление слайдов и сложность исполнения

4. Доклад

5. Ответы на вопросы

Критерии оценки:

0,5 балл – выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.

0,3 балла – выставляется студенту, если основные требования к реферату выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.

0,1 балла – выставляется студенту, если имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата; отсутствуют выводы.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

1. Фонд оценочных средств по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендован к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.03.2020 № 8

И.о. заведующего кафедрой



Е.Н. Губа

2. Фонд оценочных средств по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендован к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 18.02.2021 № 7

Заведующий кафедрой



Е.Н. Губа