

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Организация и маркетинг ресторанного бизнеса

Кафедра коммерции и маркетинга, факультета управления

Образовательная программа: 38.04.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг в туризме

Уровень высшего образования: магистратура

Форма обучения: очная

Статус дисциплины: вариативная

Махачкала, 2016 г.

Рабочая программа дисциплины составлена в 2016 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.04.02.-Менеджмент (уровень магистратуры) (код и наименование направления подготовки) (бакалавриата,, специалитета, магистратуры) от «30» марта 2015 г. № 322.

Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга Амирова М.М., к.э.н., доц.
(кафедра, ФИО, ученая степень, ученое звание)

Рабочая программа дисциплины одобрена: на заседании кафедры коммерции и маркетинга от «30» августа 2016г., протокол № 1

Зав. кафедрой ms Умавов Ю.Д.
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления от «31» августа 2016 г., протокол № 1.

Председатель ms Камалова Т.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «31» августа 2016 г. AK
(подпись)

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата	4
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины.	6
4.1. Объем дисциплины	6
4.2. Структура дисциплины.....	6
4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).....	7
5. Образовательные технологии	7
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.	10
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	12
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	12
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.....	13
7.3. Типовые контрольные задания	16
7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	25
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.	26
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	27
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.	28
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	289
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.	29

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Организация и маркетинг ресторанного бизнеса» входит в вариативную часть 38.04.02. –Менеджмент, профиль «Маркетинг в туризме».

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины «Организация туристской деятельности» охватывает следующие вопросы: Специфика туристского и гостинично-ресторанного маркетинга учитывает особенности деятельности предприятий туризма и индустрии гостеприимства, связанные со спецификой услуги, технологическими процессами ее производства, формами проявления конкурентной среды, процесса принятия решения потребителями, методами комплекса маркетинга.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций: общекультурных ОК - 3 и общепрофессиональных ОПК - 2.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий

Семес тр	Учебные занятия						Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцирован ный зачет, экзамен
	в том числе						
	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе экза мен	
	Всег о	из них					
Лекц ии		Лабораторн ые занятия	Практиче ские занятия	КСР	консульта ции		
9	72	6		20		46	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Организация и маркетинг ресторанного бизнеса» относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин. Целью дисциплины является приобретение студентами знаний, позволяющих будущим специалистам сформировать практические навыки по управлению обслуживанию на предприятиях питания основ и классов организационно-правовых форм.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Организация и маркетинг ресторанного бизнеса» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры 38.04.02 – Менеджмент. Дисциплина тесно связана с другими специальными дисциплинами, такими как «Товароведение продовольственных товаров», «Контроль качества продукции и услуг», «Экономика предприятия», «Физиология питания», «Маркетинг», «Менеджмент», «Управление предприятиями ресторанного бизнеса» и др. Курс излагается с учетом передового отечественного и зарубежного опыта.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОК - 3	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала	Знать: современные способы освоения новых знаний при помощи информационных технологий Уметь: применять научный подход для обоснования собственных гипотез в аналитических исследованиях Владеть: навыками самостоятельной исследовательской работы
ОПК-2	готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знать: роль, функции и задачи менеджера как администратора и лидера в современных условиях; типы организационной и этнически-национальной культуры

		<p>и методы их использования в менеджменте;</p> <p>Уметь: управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</p> <p>Владеть: современными методами эффективного влияния на индивидуальное, групповое и системное поведение участников бизнес – процессов в организации.</p>
--	--	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения: очная

№ п / п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Конт сам. раб.		

	Модуль 1. Ресторанный бизнес: история развития, функции и принципы организации, маркетинг.								
1	<i>Тема 1.1.</i> Содержание сервиса и услуги на предприятиях питания в гостинице	10	1,2,3	2	4			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	<i>Тема 1.2.</i> Задачи и пути совершенствования обслуживания на предприятиях питания.	10	4	2	4			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
3	<i>Тема 1.3.</i> Характеристика и оснащение торговых помещений	10	4		2			6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36		4	10			22	тестирование
	Модуль 2. Организация обслуживания потребителей								
4	<i>Тема 2.1.</i> Организация и искусство обслуживания.	10	5,6	2	4			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
5	<i>Тема 2.2.</i> Организация обслуживания иностранных туристов.	10	7,8		4			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
6	<i>Тема 2.3.</i> Приемы и банкеты. Современный этикет и деловой протокол.	10	9,10		2			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
	<i>Итого по модулю 2:</i>	36		2	10			24	тестирование
	ИТОГО:	72		6	20			46	зачет

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1 Ресторанный бизнес: история развития, функции и принципы организации, маркетинг.

Тема 1.1. Содержание сервиса и услуги на предприятиях питания в гостинице.

Содержание сервиса и услуги на предприятиях питания в гостинице. История развития индустрии гостеприимства. Роль и место общественного питания в индустрии сервиса. Особенности обслуживания на предприятиях питания различных типов и классов, расположенных в гостиницах.

Факторы, влияющие на уровень обслуживания. Показатели и документы, регламентирующие качество сервиса на предприятиях питания в гостиницах. Общее понятие сервиса и услуги. Составные элементы сферы услуг.

Типы предприятий сервисного бизнеса. Термины, определения, классификация и характеристика услуг. Факторы, влияющие на развитие сервисного бизнеса. Инновация услуги на предприятиях питания.

Тема 1.2. Задачи и пути совершенствования обслуживания на предприятиях питания.

Требования к предприятиям питания различных типов и классов в рамках сервиса. Этапы формирования восприятия обслуживания. Концепция «нейтральной зоны». Психология клиента. Модель поведения потребителей в процессе выбора исполнителя услуг. Гостеприимство – секретный и важнейший элемент обслуживания.

Факторы, влияющие на получение устойчивого впечатления как результата обслуживания. Понятия в области стандартизации и сертификации услуг на предприятиях питания в гостинице. Особенности управления качеством в индустрии сервиса. Сущность и стратегия обслуживания.

Виды, методы и формы обслуживания на предприятиях питания. Общественное питание типа «кейтеринг». Меню и прейскуранты. Характеристика меню различных видов, в том числе «А ля карт» и «Табльдот». Требования к составлению и оформлению меню. Прейскурант вино-водочных изделий, порядок его оформления.

Тема 1.3. Характеристика и оснащение торговых помещений

Виды и назначение торговых помещений: вестибюля, гардероба, аванзала, торгового и банкетного залов, буфетов. Обеспечение взаимосвязи торговых залов с производственными и подсобными помещениями. Требования к освещению, вентиляции, цветовому оформлению залов.

Современный интерьер предприятий питания, художественное оформление торговых залов, их оборудование. Характеристика современной мебели, нормы оснащения мебелью.

Сервизная, моечная столовой посуды, хлеборезка, организация их работы. Характеристика и классификация столовой посуды и приборов (фарфорофаянсовая, керамическая, гончарная, деревянная, стеклянная, металлическая, пластмассовая).

Посуда для подачи блюд и напитков. Посуда для принятия пищи, назначение ее, емкость, размеры. Столовые приборы (основные и вспомогательные), их характеристика и значение.

Модуль 2. Организация обслуживания потребителей

Тема 2.1. Организация и искусство обслуживания.

Встреча и размещение гостей, прием заказа. Досервировка стола в соответствии с заказом.

Порядок выполнения заказа: подача буфетной продукции, последовательность подачи блюд и напитков.

Основные способы подачи блюд: «в обнос» (французский способ), «в стол» (русский способ) – с расстановкой заказных блюд по несколько 6 порций в одной посуде на обеденном столе и английский способ – с использованием подсобного приставного стола.

Особенности подачи спиртных и безалкогольных напитков.

Правила подачи холодных блюд и закусок, горячих закусок, супов, вторых блюд, десерта, горячих и холодных напитков. Расчет с посетителями.

Тема 2.2. Организация обслуживания иностранных туристов.

Виды иностранного туризма в Российской Федерации. Правила обслуживания иностранных туристов.

Составление меню для иностранных туристов различных национальностей, с учетом традиций, особенностей кухни. Применение прогрессивных форм обслуживания (комплексное недельное меню туристских завтраков, обедов и ужинов, предварительное накрытие столов, организация залов экспресс, обслуживание «в обнос», по типу «Шведского стола»).

Организация (в случае необходимости) диетического и вегетарианского питания. Организация обслуживания в номерах гостиниц, а также по случаю встречи и проводов групп туристов.

Порядок заключения договоров на обслуживание иностранных туристов в пути следования.

Порядок расчетов за питание.

Тема 2.3. Приемы и банкеты. Современный этикет и деловой протокол.

Назначение и виды банкетов и приемов. Порядок оформления и использования заказов на обслуживание торжеств на предприятиях питания.

Подготовка к проведению банкета, разработка плана обслуживания, расчет необходимого количества официантов, распределение обязанностей между ними.

Банкет за столом с полным обслуживанием официантами: особенности организации, порядок обслуживания банкета.

Банкет с частичным обслуживанием официантами, роль официантов при проведении банкета.

Прием по типу «Фуршет», особенности его проведения, подготовки и сервировки столов. Отличительные особенности «посольской» сервировки стола для приема по типу «Фуршет» в ресторане. Варианты подачи горячих закусок, вторых горячих блюд, десерта, горячих напитков.

Банкет-коктейль, характеристика меню и правила подачи закусок, холодных и горячих закусок, холодных и горячих напитков, десерта, кофе черного.

Организация буфета-бара.

Комбинированные банкеты: коктейль-фуршет, коктейль-фуршет-кофе особенности организации их обслуживания.

Банкет-чай, подготовка к банкету, составление меню, сервировка стола, организация обслуживания. Виды дипломатических приемов: «Бокал шампанского», «Завтрак (ланч)», «Рабочий завтрак», «Чай», «Кофе», «Коктейль» или «Фуршет», «Обед», «Обед-буфет», «Ужин».

Организация приемов, выбор типа приема, составление списка приглашенных, приглашение гостей, схемы размещения гостей за столом.

5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс-метода (проблемно-ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта деятельности отечественных и зарубежных компаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- решение задач по использованию единиц измерений, определению класса точности средств измерений и др.;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки

исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 1.1. Содержание сервиса и услуги на предприятиях питания в гостинице	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений
Тема 1.2. Задачи и пути совершенствования обслуживания на предприятиях питания.	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений
Тема 1.3. Характеристика и оснащение торговых помещений	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений
Тема 2.1. Организация и искусство обслуживания.	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений
Тема 2.2. Организация обслуживания иностранных туристов.	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений

Тема 2.3. Приемы и банкеты. Современный этикет и деловой протокол.	Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации. Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
--	--	---

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить три реферата. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по совершенствованию нормативно-технической документации по техническому регулированию, методов контроля и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц. Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
-------------	------------------------	--------------------

ОК-3	<p>Знать: современные способы освоения новых знаний при помощи информационных технологий</p> <p>Уметь: применять научный подход для обоснования собственных гипотез в аналитических исследованиях</p> <p>Владеть: навыками самостоятельной исследовательской работы</p>	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование
ОПК-2	<p>Знать: роль, функции и задачи менеджера в туризме как администратора и лидера в современных условиях; типы организационной и этнически-национальной культуры и методы их использования в менеджменте;</p> <p>Уметь: управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</p> <p>Владеть: современными методами эффективного влияния на индивидуальное, групповое и системное поведение участников бизнес – процессов в организации.</p>	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

Выделяются три показателя уровня сформированности компетенции: пороговый, базовый и продвинутый. Магистратура формирует продвинутый уровень с учётом требований специализации. Подразумевается, что бакалавриат уже сформирует пороговый и базовый уровни компетенции. Компетенции не являются непосредственными элементами содержания учебной дисциплины, поэтому оценка их формирования выполняется как экспертное представление преподавателя приблизительно по ниже представленным схемам формулировок.

ОК – 3 Готовность к саморазвитию, самореализации, использованию маркетингового потенциала в ресторанном бизнесе.

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

Пороговый	Представление о методологии научных исследований в области ресторанного маркетинга	Ознакомлен с ролью методологии научных исследований в области ресторанного маркетинга	Демонстрирует знания методологии научных исследований в области ресторанного маркетинга	Показывает навыки владения методологией научных исследований в области ресторанного маркетинга
Базовый	Умение грамотно управлять методологией научных исследований в области ресторанного маркетинга	Может управлять методологией научных исследований в области ресторанного маркетинга	Способен оценить и управлять методологией научных исследований в области ресторанного маркетинга	Умеет добиться успешного управления методологией научных исследований в области ресторанного маркетинга
Продвинутый	Навыки владения методологией научных исследований в области ресторанного маркетинга	Владеет методологией научных исследований в области ресторанного маркетинга	Демонстрирует способность владения методологией научных исследований в области ресторанного маркетинга	Способен успешно владеть методологией научных исследований в области ресторанного маркетинга

ОПК-2 Схема оценки уровня формирования компетенции «Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия»;

Уровень	Показатели (что обучающийся должен продемонстрировать)	Оценочная шкала		
		Удовлетворительно	Хорошо	Отлично

Пороговый	Представление о роли, функции и задачах менеджера как администратора и лидера в современных условиях; типах организационной и этнически-национальной культуры и методах их использования в менеджменте;	Ознакомлен с ролью, функциями и задачами менеджера как администратора и лидера в современных условиях; типами организационной и этнически-национальной культуры и методами их использования в менеджменте;	Демонстрирует знания о роли, функции и задачах менеджера как администратора и лидера в современных условиях; типами организационной и этнически-национальной культуры и методами их использования в менеджменте;	Показывает навыки успешного владения ролью, функциями и задачами менеджера как администратора и лидера в современных условиях; типами организационной и этнически-национальной культуры и методами их использования в менеджменте;
Базовый	Умение грамотно управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;	Может управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;	Способен оценить и управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;	Умеет добиться успешного управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

Продвинутый	Навыки владения современными методами эффективного влияния на индивидуальное, групповое и системное поведение участников бизнес – процессов в организации.	Владеет современными методами эффективного влияния на индивидуальное, групповое и системное поведение участников бизнес – процессов в организации.	Демонстрирует способность владения современными методами эффективного влияния на индивидуальное, групповое и системное поведение участников бизнес – процессов в организации.	Способен успешно владеть современными методами эффективного влияния на индивидуальное, групповое и системное поведение участников бизнес – процессов в организации.
-------------	--	--	---	---

Если хотя бы одна из компетенций не сформирована, то положительная оценки по дисциплине быть не может.

7.3. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме зачета.

Образец тестового задания по первому модулю

Вариант 1

- 1.К каким услугам относятся ресторанное и гостиничное обслуживание
 - a) социально-культурным услугам
 - b) люкс, высший, первый класс
 - c) полно сервисные и специализированные
 - d) первой категории
 - e) третьей категории
- 2.Классификация ресторанов по классности
 - a) социально-культурным услугам
 - b) люкс, высший, первый класс
 - c) полно сервисные и специализированные
 - d) первой категории
 - e) третьей категории
- 3.Категории классификации ресторанов по уровню концентрации производства
 - a) социально-культурным услугам
 - b) люкс, высший, первый класс
 - c) полно сервисные и специализированные
 - d) первой категории
 - e) третьей категории
- 4.К какой категории относят гостиничные цепи, предоставляющие

управленческие услуги

- a) социально-культурным услугам
- b) люкс, высший, первый класс
- c) полно сервисные и специализированные
- d) первой категории
- e) третьей категории

5.Какая организация в республике Казахстан занимается вопросами координации функционирования гостиничных цепей и ресторанов

- a) Казахская ассоциация гостиниц и ресторанов
- b) Всемирная туристская организация
- c) Всемирная торговая организация
- d) Ассоциация гостиничных цепей и ресторанов
- e) все ответы верны

6.Данный тип гостиниц относится к средним предприятиям, располагается в центре города с высоким уровнем сервиса для самых требовательных клиентов

- a) Казахская ассоциация гостиниц и ресторанов
- b) вторая категория
- c) гостиница
- d) апарт-отель
- e) отель люкс

7.Предприятие предоставляющая людям, находящимся вне дома комплекс услуг (размещения и питания и др)

- a) ресторан
- b) вторая категория
- c) гостиница
- d) апарт-отель
- e) отель люкс

8.Гостиничное предприятие малых и средних размеров (до 400 мест), представляет квартирный тип номеров, чаще на базе самообслуживания

- a) Казахская ассоциация гостиниц и ресторанов
- b) вторая категория
- c) гостиница
- d) апарт-отель
- e))отель люкс

9.Тип гостиничного предприятия вместимостью до 150 и больше мест, с быстрым обслуживанием и ограниченным набором услуг

- a) гостиница экономического класса
- b) отель-курорт
- c) мотель
- d) отель-гарни
- e) гостиный двор

10. Предприятие с различной вместимостью, предлагает полный набор услуг гостеприимства, включая медицинское и диетическое питание

- a) гостиница экономического класса
- b) отель-курорт
- c) мотель
- d) отель-гарни
- e) гостиный двор

11. Простые одно или двух этажные сооружения, вне города, у автомагистралей, со средним уровнем обслуживания, с малым количеством персонала

- a) гостиница экономического класса
- b) отель-курорт
- c) мотель
- d) отель-гарни
- e) гостиный двор

12. Предприятие представляющее клиентам ограниченное количество услуг размещение и континентальный завтрак

- a) гостиница экономического класса
- b) отель-курорт
- c) мотель
- d) отель-гарни
- e) гостиный двор

13. Предприятие с упрощенным стандартом обслуживания, с отсутствием холлов, вестибюлей, но с наличием ресторана и бара

- a) гостиница экономического класса
- b) отель-курорт
- c) мотель
- d) отель-гарни
- e) гостиный двор

14. Передвижная гостиница в виде вагона с одно-двух местными отсеками со спальными креслами, имеется отсек для бытовых нужд

- a) ротель
- b) ботель
- c) флотель
- d) флайтель
- e) пансион

15. Небольшая гостиница на воде, в качестве которой используется оборудованное судно

- a) ротель
- b) ботель
- c) флотель
- d) флайтель
- e) пансион

16. Курортная гостиница, называемая «курортом на воде» с комфортабельными номерами с высоким уровнем и набором услуг

- a) ротель
- b) ботель
- c) флотель
- d) флайтель
- e) пансион

17. Аэрогостиница или «летающий отель» чрезвычайно дорогой и немногочисленный тип гостиницы

- a) ротель
- b) ботель
- c) флотель
- d) флайтель
- e) пансион

18. Предприятие с простым стандартом и ограниченным спектром услуг, услуги питания здесь получают только проживающие клиенты

- a) ротель
- b) ботель
- c) флотель
- d) флайтель
- e) пансион

19. Комплекс обязательных для исполнения правил обслуживания клиентов гостиницы, которые призваны гарантировать уровень качества производимых операций

- a) стандарты обслуживания
- b) ограниченная возможность хранения
- c) срочный характер гостиничных услуг
- d) сезонный характер спроса на гостиничные услуги
- e) взаимозаменяемость гостиничных услуг и цели путешествия

20. Вид особенностей гостиничных услуг, когда комплекс этих услуг не может быть сохранен для дальнейшей продажи

- a) стандарты обслуживания
- b) ограниченная возможность хранения
- c) срочный характер гостиничных услуг
- d) сезонный характер спроса на гостиничные услуги
- e) взаимозаменяемость гостиничных услуг и цели путешествия

21. Вид особенностей гостиничных услуг, когда проблемы, касающиеся обслуживания должны решаться быстро

- a) стандарты обслуживания
- b) ограниченная возможность хранения
- c) срочный характер гостиничных услуг

- d) сезонный характер спроса на гостиничные услуги
- e) взаимозаменяемость гостиничных услуг и цели путешествия

22. Вид особенностей гостиничных услуг, когда для них характерно колебание спроса в зависимости от времени года и дней недели

- a) стандарты обслуживания
- b) ограниченная возможность хранения
- c) срочный характер гостиничных услуг
- d) сезонный характер спроса на гостиничные услуги
- e) взаимозаменяемость гостиничных услуг и цели путешествия

23. Вид особенностей гостиничных услуг, когда человек, планируя свою поездку выбирает регион, страну, а затем гостиницу, или наоборот

- a) стандарты обслуживания
- b) ограниченная возможность хранения
- c) срочный характер гостиничных услуг
- d) сезонный характер спроса на гостиничные услуги
- e) взаимозаменяемость гостиничных услуг и цели путешествия

24. Предприятие питания, представляющее гостям широкий ассортимент блюд, напитков и высокий уровень обслуживания, сочетая с организацией отдыха и развлечений

- a) ресторан
- b) кафе
- c) бар
- d) закусочная
- e) столовая

25. Предприятие питания представляет гостям ограниченный ассортимент блюд, напитков, других изделий в сочетании с отдыхом и развлечениями

- a) ресторан
- b) кафе
- c) бар
- d) закусочная
- e) столовая

26. Специализированное предприятие питания предоставляет гостям напитки, десерты, закуски и возможность послушать музыку и развлечься в уютной обстановке

- a) ресторан
- b) кафе
- c) бар
- d) закусочная
- e) столовая

27. Предприятие питания изготавливает, реализует и организует

потребление на месте блюд и закусок не сложного приготовления

- a) ресторан
- b) кафе
- c) бар
- d) закусочная
- e) столовая

28. Предприятие питания предназначено для изготовления, реализации и организации потребления населению завтраков, обедов и ужинов

- a) ресторан
- b) кафе
- c) бар
- d) закусочная
- e) столовая

29. Вид ресторанов расположенных в городской черте и предлагающих разнообразный ассортимент блюд, закусок, напитков

- a) городские
- b) вокзальные
- c) вагоны-рестораны
- d) рестораны на теплоходах
- e) рестораны для автотуристов

30. Вид ресторанов, расположенных на железнодорожных и аэровокзалах, работают круглосуточно, имеют ограниченный набор блюд, закусок, напитков

- a) городские
- b) вокзальные
- c) вагоны-рестораны
- d) рестораны на теплоходах
- e) рестораны для автотуристов

Тематика рефератов:

1. Инновации в сфере ресторанного бизнеса и условия повышения инновационной активности.
2. Изучение и прогнозирование спроса на продукцию и услуги ресторанно-гостиничного бизнеса.
3. Конкурентоспособность предприятий ресторанного бизнеса, оценка качества.
4. Организация контроля и пути повышения качества услуг предприятий питания.
5. Управление качеством услуг на предприятии ресторанного бизнеса.
6. Оптимизация ассортимента сервисных услуг на предприятиях питания.
7. Управление сервисом в предприятиях питания.

8. Организация обслуживания на предприятиях питания различных типов и классов.
9. Мотивация и стимулирование труда и методы их активизации на предприятиях питания.
10. Методы управления персоналом и их использование в ресторанном сервисе.
11. Диагностика профессиональной пригодности персонала на предприятиях питания.
12. Особенности принятия, реализации и контроля решений на предприятиях питания.
13. Конкурентоспособность предприятий питания, факторы на нее влияющие.
14. Конкурентоспособность услуг предприятий питания и методы их обеспечения.
15. Совершенствование процессов обслуживания на предприятиях питания.
16. Формы обслуживания на предприятиях питания, их выбор и методы оценки.
17. Документы и показатели, регламентирующие показатели сервиса на предприятиях питания.
18. Модель поведения потребителей в процессе выбора исполнителя услуг, формирование восприятия обслуживания.
19. Психология клиента и его поведение в процессе выбора исполнителя услуги.
20. Стандартизация и сертификация услуг на предприятиях питания.
21. Управление знаниями на предприятиях питания как способ повышения конкурентоспособности.

Контрольные вопросы к зачету для промежуточного контроля

1. Общее понятие сервиса и услуг. Термины, определения, классификация и характеристика услуг на предприятиях питания.
2. Требования к обслуживающему персоналу: бармену, швейцару, буфетчику, повару, занимающемуся отпуском блюд.
3. Правила и особенности подачи спиртных и безалкогольных напитков на предприятиях питания.
4. Встреча, размещение и порядок обслуживания гостей на предприятиях питания.
5. Составные элементы сферы услуг. Факторы, влияющие на развитие сервисного бизнеса в общественном питании. Инновация услуг на предприятиях питания.

6. Общие требования к обслуживающему персоналу: метрдотелю, (администратору зала) и официанту.
7. Правила подачи холодных блюд и закусок, горячих закусок на предприятиях питания.
8. Классификация услуг общественного питания.
9. Требования к предприятиям питания различных типов и классов в рамках сервиса.
10. Правила подачи супов и вторых блюд на предприятиях питания.
11. Модель поведения потребителей в процессе выбора исполнителя услуг и формирования восприятия обслуживания.
12. Правила подачи десертов, горячих и холодных напитков.
13. Психология клиента. Гостеприимство – важнейший элемент стратегии обслуживания.
14. Виды баров, характеристика и оснащение их помещений. Классификация напитков.
15. Факторы, влияющие на уровень качества обслуживания, и получение устойчивого впечатления как результата обслуживания.
16. Особенности организации и порядок обслуживания банкета за столом с полным обслуживанием официантами на предприятиях питания.
17. Документы и показатели, регламентирующие качество сервиса на предприятиях питания.
18. Назначение и виды банкетов и приемов. Порядок оформления заказов и обслуживания торжеств на предприятиях питания.
19. Стандартизация и сертификация услуг на предприятиях питания.
20. Особенности организации приема по типу «Фуршет», варианты сервировки столов, подачи горячих закусок, вторых блюд, десерта горячих напитков.
21. Особенности управления качеством услуг на предприятиях питания.
22. Банкет – коктейль, характеристика меню и правила подачи холодных блюд и горячих закусок, напитков, десерта.
23. Квалификационные требования к персоналу предприятий питания.
24. Характеристика и оснащение помещений торговой группы предприятий питания.
25. Характеристика меню различных видов, требования к их составлению и оформлению.
26. Особенности организации прогрессивных форм обслуживания по типу «стол-экспресс», «зал-экспресс», на предприятиях питания.

27. Виды дипломатических приемов: «Бокал шампанского», «Завтрак (ланч)», «Рабочий завтрак». «Чай», «Кофе», «Коктейль», «Обед», «Обед-буфет», «Ужин», их характеристика.
28. Классификация и характеристика столовой посуды и приборов, используемой на предприятиях питания.
29. Организация приемов, выбор типа приема, приглашение и размещение гостей. Этикет и деловой протокол.
30. Характеристика посуды и приборов для подачи блюд и напитков на предприятиях питания.
31. Обслуживание слетов, съездов, форумов, олимпиад, фестивалей и др., в том числе проживающих в гостинице. Система Room Service.
32. Характеристика посуды и приборов для приготовления пищи; емкость и размеры посуды, используемой на предприятиях питания.
33. Подготовка торговых помещений, столового белья и посуды к обслуживанию на предприятиях питания.
34. Особенности кухни и обслуживания туристов-народов Европы, Скандинавии, Балкан, Ближнего Востока на предприятиях питания.
35. Организация обслуживания праздничных тематических вечеров и торжеств, в том числе свадебных банкетов на предприятиях питания.
36. Виды и последовательность предварительной сервировки столов в зависимости от характеристики обслуживания.
37. Организация обслуживания на предприятиях питания и в номерах гостиниц иностранных туристов.
38. Роль и функции метрдотеля в организации работы торговых залов предприятий питания.
39. Особенности составления меню и обслуживания туристов-народов Российской Федерации и ближнего зарубежья с учетом национальностей народов и их традиций.
40. Общие требования к услугам предприятий питания.
41. Планирование работы в барах. Формы производства продукции, обслуживания и расчетов с посетителями.
42. Основные способы (французский, русский, английский) и последовательность подачи блюд и напитков в процессе обслуживания на предприятиях питания.
43. Комбинированные банкеты, особенности организации их обслуживания.
44. Особенности кухни, традиций и обслуживания туристов-народов Африки, Америки, Азии, Австралии и Океании.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

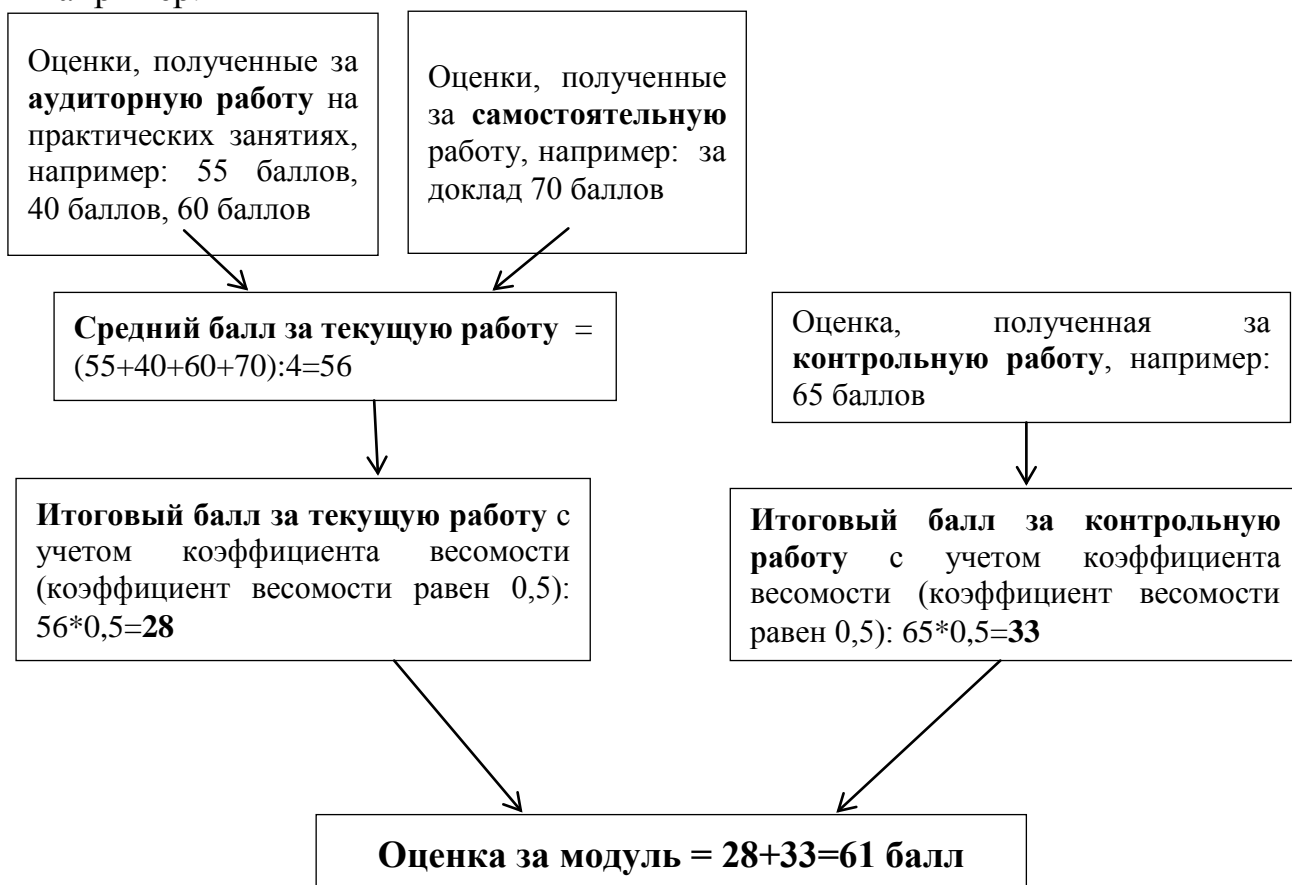
«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла по дисциплине в «зачтено» или «не зачтено»

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по дисциплине
0-50	Не зачтено
51-100	Зачтено

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Бутко И. И. Маркетинг в туризме: учеб. пособие [для студентов вузов] / И. И. Бутко, В. А. Ситников, Е. А. Ситников. - 2-е изд. - М. : Дашков и К*, 2013. - 416 с.
2. Токарев Б.Е. Маркетинговые исследования: учебник для студентов вузов / Б. Е. Токарев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Магистр : ИНФРА-М, 2013. - 512 с.
3. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: учебное пособие для студентов вузов / А. П. Дурович. - М. : ИНФРА-М, 2010. - 316 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: [учебник для студентов вузов] / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ.: С. Жильцова, М. Жильцова, Д. Раевской. - 12-е изд. - СПб. : Питер, 2012. - 816 с.
5. Моисеева Н.К. Маркетинг и турбизнес: учебник для студ. вузов / Н. К. Моисеева; Рос.междунар. академия туризма. - М. : Финансы и статистика : Советский спорт, 2009. - 496 с.

б) дополнительная литература:

1. Безрутченко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. пособие [для студентов вузов] / Ю. В. Безрутченко. - 2-е изд. - М. : Дашков и К*, 2013. - 232 с.
2. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма: учебное пособие для студентов образоват. учреждений сред.проф. образования / Е. Н. Кнышова. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2010. - 352 с.
3. Лашманова Н.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для студентов вузов / Н. В. Лашманова, М. Ю. Абабкова. - СПб. : СПбГУП, 2009. - 288 с.
4. Розанова Т.П. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: Практикум/ Т.П. Розанова, Т.В. Муртузалиева.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012.-132с.
5. Сарафанова Е.В. Маркетинг в туризме: учебное пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / Е. В. Сарафанова, А. В. Яцук. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2011. - 240 с.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

<http://www.tpnews.ru> — «Туризм: практика, проблемы, перспективы».

Профессиональный туристский журнал.

www.hotline.travel — «Горячая линия; туризм». Журнал для профессионалов турбизнеса.

Туристический портал <http://www.impression.ru/>

Сервер о туризме и путешествиях <http://www.travel.ru/>
Путеводитель. Туристическая сеть <http://www.tournet.ru/>
Путеводитель по туристическим русскоязычным ресурсам
Интернета <http://www.tarantas.ru/>
Энциклопедия путешествий и туризма <http://www.travel.ru/>
Методический центр по туризму <http://www.tur-zo.narod.ru/>
Он-лайн энциклопедия Кругосвет <http://www.krugosvet.ru>
www.world-tourism.org — Всемирная туристская организация ООН
(ЮНВТО). www.wttc.org — Всемирный совет по путешествиям и
туриз-
му/World Travel & Tourism Council (WTTC).
www.rha.ru — Российская гостиничная ассоциация.
www.moscomtour.mos.ru — Комитет по туризму и гостиничному
хозяй-
ству г. Москвы.
www.travelexpo.ru — Туристские выставки в России и СНГ.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Организация и маркетинг ресторанного бизнеса» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению (например, вопросы, связанные с организацией ресторанного маркетинга в Республике Дагестан), заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.

Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях студенты в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Турист», «Мир измерений», «Всё о туризме». При подготовке к практическим занятиям и на занятиях

студентам рекомендуется использовать: законы, различные журналы туристического содержания и многое другое.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 421 ауд., 408 ауд., 434 ауд., 422 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.