

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

Кафедра коммерции и маркетинга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Организация и маркетинг ресторанного бизнеса

Образовательная программа

38.04.02 Менеджмент

Профиль подготовки

Маркетинг в туризме

Уровень высшего образования

магистратура

Форма обучения

очная

Статус дисциплины: вариативная

Махачкала, 2018 год

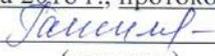
Рабочая программа дисциплины «Организация и маркетинг ресторанного бизнеса» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры) от «30» марта 2015г. № 322.

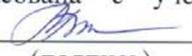
Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга, Амирова М.М., к.э.н., доц. 

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры коммерции и маркетинга от «30» августа 2018г.,
протокол № 1

Зав. кафедрой  Умавов Ю.Д.
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления
от «31» августа 2018 г., протокол №1.

Председатель  Гашимова Л.Г.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением «31» августа 2018 г. 

(подпись)

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	5
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	11
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов... ..	11
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.	15
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.	15
7.2. Типовые контрольные задания.....	16
7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	23
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.	25
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.	26
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	26
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.....	27
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.	27

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: общепрофессиональных и профессиональных компетенций ОПК – 2, ПК -4.

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 единицы, в том числе 72 академических часа по видам учебных занятий

Семес тр	Учебные занятия						СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференциро ванный зачет, экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Все го	из них						
Лекц ии		Лаборатор ные занятия	Практич еские занятия	КСР	консульт ации			
9	72	4		16			52	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 ОПОП 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 «Планирование и прогнозирование туристического бизнеса в регионе», «Теория и методология маркетинговых исследований». Дисциплина базируется на знаниях современных проблем экономики, организации, планирования и управления.

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

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения
ОПК-2	готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает: социально-экономическую сущность, принципы, методологические основы маркетинга услуг. Умеет: грамотно использовать современные средства маркетинга услуг в реализации профессиональных функций с целью достижения ключевых факторов успеха в бизнесе. Владеет: методиками оценки конкурентоспособности услуг.
ПК-4	способностью использовать количественные и качественные методы для проведения	Знает: специфику организации маркетинговых

	<p>прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p>	<p>исследований услуг; стратегическое планирование маркетинговой деятельности в сфере услуг. Умеет: выявлять и удовлетворять требования потребителей услуг; определять возможности предприятия услуг и уметь их адаптировать к требованиям рынка; оценивать конкурентоспособность услуги и повышать ее. Владеет: методами проведения маркетинговых исследований услуг.</p>
--	--	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

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

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	Тема 1.1. Содержание сервиса и услуги на предприятиях питания в гостинице	10	1,2,3		2			10	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта

2	<i>Тема 1.2.</i> Задачи и пути совершенствования обслуживания на предприятиях питания.	10	4	2	2			10	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
3	<i>Тема 1.3.</i> Характеристика и оснащение торговых помещений	10	4		2			8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36		2	6			28	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		2			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		4	16			52	зачет

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

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

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 б 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.

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.

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

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

1. Роль и место общественного питания в индустрии сервиса.

2. Особенности обслуживания на предприятиях питания различных типов и классов, расположенных в гостиницах.
3. Факторы, влияющие на уровень обслуживания.

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

1. Психология клиента.
2. Модель поведения потребителей в процессе выбора исполнителя услуг. Гостеприимство – секретный и важнейший элемент обслуживания.
3. Факторы, влияющие на получение устойчивого впечатления как результата обслуживания.

Тема 1.3. Характеристика и оснащение торговых помещений Модуль 2. Организация обслуживания потребителей

1. Виды назначение торговых помещений: вестибюля, гардероба, аванзала, торгового и банкетного залов, буфетов.
2. Обеспечение взаимосвязи торговых залов с производственными и подсобными помещениями.
3. Требования к освещению, вентиляции, цветовому оформлению залов.
4. Современный интерьер предприятий питания

Тема 2.1. Организация и искусство обслуживания.

1. Встреча и размещение гостей, прием заказа.
2. Досервировка стола в соответствии с заказом.
3. Порядок выполнения заказа: подача буфетной продукции, последовательность подачи блюд и напитков.

Тема 2.2. Организация обслуживания иностранных туристов.

1. Виды иностранного туризма в Российской Федерации.
2. Правила обслуживания иностранных туристов.
3. Составление меню для иностранных туристов различных национальностей, с учетом традиций, особенностей кухни.
4. 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»).

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

1. Назначение и виды банкетов и приемов. Порядок оформления и использования заказов на обслуживание торжеств на предприятиях питания.
2. Подготовка к проведению банкета, разработка плана обслуживания, расчет необходимого количества официантов, распределение обязанностей между ними.
3. Банкет за столом с полным обслуживанием официантами: особенности организации, порядок обслуживания банкета.
4. Банкет с частичным обслуживанием официантами, роль официантов при проведении банкета.

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 товароведной деятельности отечественных и зарубежных кампаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- решение задач по анализу пищевой ценности продовольственных товаров, организация хранения, проведения контроля качества и экспертизы товаров;
- 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.

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Маркетинг» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

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
------------------	-----------------------------------	----------------

<p>Тема 1.1. <i>Содержание сервиса и услуги на предприятиях питания в гостинице</i></p>	<p>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.</p>	<p>Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений</p>
<p>Тема 1.2. <i>Задачи и пути совершенствования обслуживания на предприятиях питания.</i></p>	<p>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.</p>	<p>Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений</p>
<p>Тема 1.3. <i>Характеристика и оснащение торговых помещений</i></p>	<p>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.</p>	<p>Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений</p>
<p>Тема 2.1. <i>Организация и искусство обслуживания.</i></p>	<p>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.</p>	<p>Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений</p>
<p>Тема 2.2. <i>Организация обслуживания иностранных туристов.</i></p>	<p>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.</p>	<p>Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений</p>
<p>Тема 2.3. <i>Приемы и банкеты. Современный этикет и деловой протокол.</i></p>	<p>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</p>	<p>Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа</p>

	тестами и вопросами для самоконтроля.	
--	---------------------------------------	--

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 шесть рефератов. 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 повышению качества потребительских товаров, расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством 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.

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.

При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме

реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;

- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;

- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

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.

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ОПК-2	<p>Знает: социально-экономическую сущность, принципы, методологические основы маркетинга услуг.</p> <p>Умеет: грамотно использовать современные средства маркетинга услуг в реализации профессиональных функций с целью достижения ключевых факторов успеха в бизнесе.</p> <p>Владеет: методиками оценки конкурентоспособности услуг.</p>	Устный опрос, конспектирование законов, написание рефератов, тестирование
ПК-4	<p>Знает: специфику организации</p>	Устный опрос, конспектирование

	<p>маркетинговых исследований услуг; стратегическое планирование маркетинговой деятельности в сфере услуг. Умеет: выявлять и удовлетворять требования потребителей услуг; определять возможности предприятия услуг и уметь их адаптировать к требованиям рынка; оценивать конкурентоспособность услуги и повышать ее. Владеет: методами проведения маркетинговых исследований услуг.</p>	<p>законов, написание рефератов, тестирование</p>
--	--	---

7.2. Типовые контрольные задания

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

Образец тестового задания по второму 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. Крортная 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.Аэрогоститница 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

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.

7.3. 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) Гуляев, В.Г. Организация туристической деятельности : Учеб. пособие / В. Г. Гуляев ; Моск. Акад. экономики и права. - М. : НОЛИДЖ, 1996. - 311,[1] с. - 35-00. Местонахождение: Научная библиотека ДГУ URL:
- 2) Веселова, Н.Ю. Организация туристской деятельности / Н. Ю. Веселова ; учебное пособие для бакалавров . - М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 255 с. Местонахождение: ЭБС IPRbooks URL: <http://www.iprbookshop.ru/75212.html>
- 3) Маркетинг менеджмент: экспресс-курс : [пер. с англ.] / Котлер, Филип. - СПб. [и др.] : Питер: Питер Принт, 2005. - 464 с. ; 24 см. - (Деловой бестселлер). - Библиогр. в примеч. в конце гл. - Предм. указ.: с. 452-464. - ISBN 5-94723-952-3 : 170-00. Местонахождение: Научная библиотека ДГУ URL:
- 4) Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / Котлер, Филип, К. Л. Келлер. - 12-е изд. - СПб. : Питер, 2006, 2001. - 814 с. : ил. - (Классический зарубежный учебник). - ISBN 5-469-00989-0 : 820-00. Местонахождение: Научная библиотека ДГУ URL:
- 5) Маркетинг в туризме: обеспечение рыночной позиции : [учеб. пособие] / Ополченков, Иван Иванович ; Рос. междунар. акад. туризма. - М. : Сов. спорт, 2003. - 187 с. - Утв. НМС РМАТ. - ISBN 5-85009-810-0 : 99-99. Местонахождение: Научная библиотека ДГУ URL:
- 6) Маркетинг в туристской индустрии : учеб. пособие для вузов / Христофорова, Ирина Владимировна, Т. А. Себекина ; под ред. И.В.Христофоровой. - М. : Академия, 2012. - 207 с. - (Высшее профессиональное образование). - ISBN 978-5-7695-7167-1 : 482-90. Местонахождение: Научная библиотека ДГУ URL:

б) дополнительная литература:

- 1) Кулибанова, Валерия Вадимовна. Маркетинг: сервисная деятельность : Учеб. пособие / Кулибанова, Валерия Вадимовна. - СПб. и др. : Питер: Питер бук, 2000. - 231 с. : ил. - (КК: Краткий курс). - ISBN 5-272-00272-5 : 0-0. Местонахождение: Научная библиотека ДГУ URL:
- 2) Восколович, Н.А. Маркетинг туристских услуг : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Н. А. Восколович ; Восколович Н. А. - М. : Юнити-Дана, 2015, 2012. - 208 с. - ISBN 978-5-238-01519-4. Местонахождение: Российская государственная библиотека (РГБ), Университетская библиотека ONLINE, IPRbooks URL: http://нэб.рф/catalog/000199_000009_006534478/, <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114712>, <http://www.iprbookshop.ru/52498.html>
- 3) Яковлев, П.П. Маркетинг в сфере туризма / П. П. Яковлев ; Яковлев П. П.

- М. : Лаборатория книги, 2010. - 78 с. Местонахождение: Российская государственная библиотека (РГБ), Университетская библиотека ONLINE URL: http://нэб.рф/catalog/000199_000009_005415980/, <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87314>

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

- 1) eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 2018 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Яз. рус., англ.
- 2) Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. - Махачкала, г. - Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. - URL: <http://moodle.dgu.ru/>.
- 3) Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала, 2018 - Режим доступа: <http://elib.dgu.ru,свободный>.

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. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

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

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 419 ауд., 408 ауд., 434 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.