

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФИО: Силин Яков Петрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.07.2024 15:28:28
Уникальный программный ключ:
24f866be2aca16484036a8cbb3c509a9531e6b057

Одобрена
на заседании кафедры

15.11.2023 г.
протокол № 3
Зав. кафедрой Чугунова О.В.

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Утверждена
Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

13 декабря 2023 г.
протокол № 4
Председатель




Карх Д.А.
(подпись)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Управление концепциями в индустрии питания
Направление подготовки	19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания
Профиль	Управление в индустрии питания
Форма обучения	заочная
Год набора	2024
Разработана:	
Доцент, к.э.н.	
Борцова Е.Л.	

Екатеринбург
2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	5
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	5
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	10
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	10
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	10
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	11

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы магистратуры, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 19.04.04 Технология продукции и организация общественного питания (приказ Минобрнауки России от 14.08.2020 г. № 1028)
ПС	33.008. Профессиональный стандарт "РУКОВОДИТЕЛЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ПИТАНИЯ", утверждённый приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 7 мая 2015 г. N 281н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 2 июня 2015 г., регистрационный N 37510)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является приобретение развернутых систематизированных практических и теоретических знаний в области процесса сервисной деятельности и обслуживания, а также формирование практических навыков и умений в разработке, внедрении и развитии концепций предприятий питания.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к базовой части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 2						
	36	4	4	0	32	1
Семестр 3						
Экзамен, Контрольная работа	108	16	4	12	83	3
	144	20	8	12	115	4

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Общепрофессиональные компетенции (ОПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ОПК-1 Способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия	ИД-1.ОПК-1 Знать: методы организационного проектирования, формы обслуживания, концепции, стратегии и инновационную политику деятельности предприятий общественного питания

ОПК-1 Способен разрабатывать эффективную стратегию, инновационную политику и конкурентоспособные концепции предприятия	ИД-2.ОПК-1 Уметь: применять методы организационного проектирования предприятий общественного питания; разрабатывать конкурентоспособные концепции предприятий общественного питания, направленных на формирование и поддержку их имиджа, эффективную стратегию и инновационную политику деятельности предприятий общественного питания различных типов
	ИД-3.ОПК-1 Иметь практический опыт: разработки, внедрения и управления эффективными формами обслуживания, стратегии, концепции и инновационной политики на предприятиях общественного питания
ОПК-3 Способен оценивать риски и управлять качеством путем использования современных методов и разработки новых технологических решений	ИД-1.ОПК-3 Знать: современные методы исследований сырья, полуфабрикатов и кулинарных изделий, а также способы повышения их качества и оценку безопасности
	ИД-2.ОПК-3 Уметь: применять современные методы исследований, включая идентификацию и оценку свойств сырья, полуфабрикатов и кулинарной продукции; разрабатывать новые технологические решения с целью повышения качества и безопасности продукции, а также придания ей заданных свойств
	ИД-3.ОПК-3 Иметь практический опыт: разработки и внедрения элементов систем качества и безопасности на предприятиях общественного питания, новых технологических решений

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
организационно-управленческий	
ПК-2 Разработка и реализация стратегии развития предприятия питания	ИД-1.ПК-2 Знать: Законодательство Российской Федерации, регулирующее деятельность предприятий питания Основы стратегического менеджмента и маркетинга на предприятиях питания Основы риск-менеджмента и антикризисного управления

ПК-2 Разработка и реализация стратегии развития предприятия питания	ИД-2.ПК-2 Уметь: Формулировать задачи и цели развития предприятия питания, отражающие интересы собственников и заинтересованных сторон Владеть методиками разработки корпоративной и функциональных стратегий Владеть навыками выявления проблем развития предприятия питания Владеть методами организационной диагностики и организационного проектирования предприятия питания Владеть навыками организации стратегического контроля и оценки эффективности реализации стратегии развития предприятия питания
	ИД-3.ПК-2 Иметь практический опыт: Определение задач и целей развития предприятия питания Формирование конкурентоспособной стратегии развития предприятия питания Реализация стратегии предприятия питания, а также функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, кадровой), обеспечивающих его устойчивое развитие Проведение организационной диагностики и проектирование организационной структуры предприятия питания Стратегический контроль деятельности предприятия питания Разработка и принятие управленческих решений по повышению конкурентоспособности и развитию предприятия питания Оценка эффективности реализации стратегии развития предприятия питания Выявление стратегических проблем развития предприятия питания и разработка мер по их устранению

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
			Часов				
Семестр 2		36					
Тема 1.	Требования к формированию концепции предприятий (ОПК-1, ОПК-3)	36	4			32	
Семестр 3		99					
Тема 2.	Выбор месторасположения предприятия общественного питания (ОПК-1, ПК-2)	36	1		4	31	
Тема 3.	Проектирование ассортимента услуг общественного питания. (ОПК-1, ОПК-3)	36	1		4	31	
Тема 4.	Материально-техническое обеспечение реализации концепции предприятия общественного питания. (ОПК-1, ПК-2)	27	2		4	21	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			

Тема 3	Эссе	Предлагается 6 тем для написания эссе	до 5 баллов
Тема 2	Эссе	Предлагается 3 темы для написания эссе	до 5 баллов
Тема 4	Эссе	Предлагается 5 тем для написания эссе	до 5 баллов
Промежуточная аттестация (Приложение 5)			
3 семестр (Эк)	Экзаменационный билет	в билете два теоретических вопроса, одна практическая задача	до 100 баллов

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

Тема 1. Требования к формированию концепции предприятий (ОПК-1, ОПК-3)
Цели, задачи и содержание дисциплины, связь с другими дисциплинами, место в учебном процессе
Определение понятийного аппарата при разработке концепции предприятия общественного питания. Классификация концепций, элементы концепции: месторасположение, ценовая политика, система продвижения услуг, ассортимент услуг, процесс обслуживания, атмосфера предприятия общественного питания, обслуживающий персонал.

Тема 2. Выбор месторасположения предприятия общественного питания (ОПК-1, ПК-2)
Требования нормативных документов и рыночные факторы. Рыночные факторы месторасположения: гибкость дизайна, кластеры ресторанов, посетители, доступность трудовых ресурсов, прежние владельцы помещения, скорость движения автотранспорта, условия аренды, зональные ограничения, парковка, транспортная доступность, генераторы потока посетителей, возможность визуализации.
Требования нормативных документов к месторасположению: требования к зданиям, входным группам, управлению отходами ТБО и пищевыми, объемно-планировочным решениям, поточности и последовательности производственного процесса.

Тема 3. Проектирование ассортимента услуг общественного питания. (ОПК-1, ОПК-3)
Классификация услуг общественного питания согласно ГОСТ 31984-2012 «Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания»: услуги питания; услуги по изготовлению продукции общественного питания; услуги по организации потребления продукции общественного питания и обслуживанию; услуги по реализации продукции общественного питания и покупных товаров; услуги по организации досуга, в том числе развлекательные; информационно-консультационные (консалтинговые) услуги; прочие услуги общественного питания.
Проектирование ассортимента услуг общественного питания с учетом рыночных требований, основанных на системе ценностей посетителей: функциональная ценность, эмоциональная ценность, относительная ценность, репрезентативная ценность, познавательная ценность

Тема 4. Материально-техническое обеспечение реализации концепции предприятия общественного питания. (ОПК-1, ПК-2)
Требование к составу и площади групп помещений предприятий общественного питания. Учет нормативных показателей при определении площади предприятия.
Организация обслуживания на предприятиях общественного питания с учетом требований концепции. Торговая группа помещений. Характеристика состава торговой группы помещений: вестибюль, гардероб, аванзал, зал, буфеты, сервизная, моечная столовой посуды. Современные требования и характеристика инвентаря и оборудования. Ассортимент мебели, посуды, стекла, приборов, столового белья, используемых для организации обслуживания. Формы обслуживания и тип предприятий общественного питания. Обслуживание официантами: английский, французский и русский способ. Обслуживание фри-фло, шведский стол. Классификация банкетов, требования к мебели, сервировке, меню.

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 2. Выбор месторасположения предприятия общественного питания (ОПК-1, ПК-2)
1. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест заготовочных цехов кафе, ресторана, столовой, пиццерии, бара и др.
2. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест доготовочных цехов кафе, ресторана, столовой, пиццерии, бара и др.

Тема 3. Проектирование ассортимента услуг общественного питания. (ОПК-1, ОПК-3)
1. Определить отличия и схожесть требований к размещению в нормативных документах и рыночных факторов.
2. Определить рыночные факторы размещения предприятия общественного питания согласно выбранной концепции.
Тема 4. Моделирование процессов обслуживания

Тема 4. Материально-техническое обеспечение реализации концепции предприятия общественного питания. (ОПК-1, ПК-2)

Особенности материально-технического обеспечения в зависимости от концепции предприятия.

7.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Требования к формированию концепции предприятий (ОПК-1, ОПК-3)

Моделирование процессов обслуживания и организации рабочих мест в торговой группе помещений

Тема 2. Выбор месторасположения предприятия общественного питания (ОПК-1, ПК-2)

1. Выбор месторасположения: экономический аспект.

2. Сформировать насколько международный опыт размещения предприятий общественного питания важен для отечественного рынка.

Тема 3. Проектирование ассортимента услуг общественного питания. (ОПК-1, ОПК-3)

Разработайте ассортимент услуг предприятий общественного питания согласно выбранной концепции и системе ценностей потребителя. Проектирование ассортимента услуг общественного питания с учетом функциональной ценности посетителей

Тема 4. Материально-техническое обеспечение реализации концепции предприятия общественного питания. (ОПК-1, ПК-2)

1. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест в процессе обслуживания на примере кафе, ресторана, столовой, пиццерии, бара и др.

2. Определить зависимость состава помещений, оборудования, инвентаря от концепции предприятия общественного питания.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Приложение 1.

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Приложение 2.

7.3.3. Перечень курсовых работ

Не предусмотрено учебным планом.

7.4. Электронное портфолио обучающегося

Материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Приложение 6

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом.

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Дунченко Н. И., Щетинин М. П., Янковская В. С. Управление качеством продукции. Пищевая промышленность. Для магистров [Электронный ресурс]:учебник. - Санкт-Петербург: Лань, 2020. - 244 – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/130478>

2. Рождественская Л.Н., Чередниченко Л.Е. Технология открытия предприятия питания [Электронный ресурс]:учебное пособие. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет (НГТУ), 2019. - 134 – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/product/1870476>

Дополнительная литература:

1. Беккер Й., Вилков Л., Кугелер М., Роземанн М., Таратухин В., Бернинг В., Вернсмманн К., Витинг М., Дельфманн П., Каан Д. Менеджмент процессов:производственно-практическое издание. - Москва: Эксмо, 2007. - 360

2. Блинов А. О., Рудакова О. С., Захаров В. Я., Захаров И. В. Реинжиниринг бизнес-процессов:учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и упр. (080100). - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 341

3. Мажаева Т. В., Козубская В. И., Борцова Е. Л. Подходы к разработке и внедрению системы управления безопасностью пищевой продукции в рамках требований технических регламентов:учебное пособие предназначено для ординаторов по специальности "общая гигиена", раздела дисциплины "гигиена питания" и смежной дисциплины "система менеджмента безопасности продукции". - Екатеринбург: ЕМНЦ ПОЗРПП, 2016. - 81

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Консультант+. Срок действия лицензии до 31.12.2024

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии - без ограничения срока

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к экзамену

1. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест в процессе обслуживания на примере кафе
2. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест в процессе обслуживания на примере ресторана
3. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест в процессе обслуживания на примере столовой
4. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест в процессе обслуживания на примере пиццерии
5. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест в процессе обслуживания на примере бара
6. Определить зависимость состава помещений, оборудования, инвентаря от концепции предприятия общественного питания.
7. Описать факторы и элементы концепции предприятия общественного питания.
8. Роль маркетинга в формировании концепции предприятия общественного питания.
9. Этапы жизненного цикла концепции предприятия общественного питания.
10. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест заготовочных цехов кафе
11. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест заготовочных цехов ресторана
12. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест заготовочных цехов столовой
13. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест заготовочных цехов пиццерии
14. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест заготовочных цехов бара
15. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест доготовочных цехов кафе
16. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест доготовочных цехов ресторана
17. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест доготовочных цехов столовой
18. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест доготовочных цехов пиццерии
19. Рассмотреть схожесть и отличия организации рабочих мест доготовочных цехов бара
20. Модернизация производственных мощностей
21. Рациональное использование вспомогательного персонала
22. Рациональное использование производственного персонала
23. Развитие структуры организации производственного процесса
24. Повышение качества управления производством
25. Модернизация управления качеством выпускаемой продукции.
26. Ориентация производства на потребителя продукции.
27. Конкурентная стратегия предприятия питания
28. Маркетинговый выбор ассортимента продукции пищевого предприятия.
29. Концепция инновационного развития предприятия в области научного обеспечения
30. Методы проверки и контроля пищевых продуктов, основанные на оценке рисков

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к экзамену

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
<i>Задания открытого типа</i>			
1		Проверка качества продукции в испытательных лабораториях преследует единую цель: обеспечить пищевую _____, т. е. исключить негативное воздействие продовольствия на здоровье людей.	ОПК-3
2		Какой контроль устанавливается за соблюдением стандартов, медико-биологических требований и санитарных норм на всех этапах производства: использование сырья, технологическая обработка, хранение и реализация готовой продукции	ОПК-3
3		Подделка путем полной или частичной замены товара его заменителем другого вида или наименования с сохранением сходства одного или нескольких признаков относится к фальсификации	ОПК-3
4		Подделка товаров с помощью пищевых и непищевых добавок для улучшения органолептических свойств при сохранении или утрате других потребительских свойств или замена товара высшей градации качества низшей	ОПК-3
5		Документ, предназначенный для описания технологических процессов, методов и приёмов, повторяющихся при изготовлении полуфабрикатов или изделий, правил использования полуфабрикатов или изделий	ОПК-3
6		Что является, в определенной степени, средством обеспечения контроля качества товаров и используется контролирующими организациями для идентификации и экспертизы их	ОПК-3

7		В практике маркетинга применение стратегии _____ как одного из видов ценовых стратегий позволяет производителю решить следующие проблемы: - осваивать новые ценовые сегменты рынка в будущем; - быстро возместить затраты, связанные с разработкой товара	ОПК-1
8		Выберете наиболее подходящий вид маркетинга к следующей ситуации на рынке: - в последние годы в России наблюдается снижение потребления соевого молока.	ОПК-1
9		_____ на ранних стадиях проектирования позволит предприятию в перспективе проводить эффективную товарную, ценовую и распределительную политику, рекламу и работу с общественностью.	ОПК-1
10		_____ – видение руководством предприятия потребности в инновациях, описание целей и принципов их внедрения, план извлечения прибыли из новых продуктов и технологий.	ОПК-1
11		Маркетинг на предприятии общественного питания осуществляется по комплексу _____: Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence. В русскоязычной трактовке это товар, цена, место, продвижение, люди, процесс оказания услуг, физическое окружение.	ПК-2
12		К _____ относятся все маркетинговые коммуникации, которые за счет определенных приемов способствуют продвижению продукции и услуг: пиар, стимулирование сбыта, реклама, индивидуальные продажи, открытый маркетинг.	ПК-2
13		Как составной элемент комплекса маркетинга _____ политика компании является одним из главных инструментов целевой организации потребностей, спроса и товарной	ПК-2

		предрасположенности потребителей на рынке услуг, ведущим элементом в структуре системы неценового стимулирования сбыта кулинарной продукции.	
14		На многих предприятиях питания _____ акции нацелены быть представленными в виде выставок: продаж, ярмарок, дегустаций, рекламы на месте продаж, сувенирная группа.	ПК-2
15		На кого направлен внутренний маркетинг предприятия питания?	ПК-2
<i>Задания закрытого типа</i>			
1		Основные токсичные элементы, контролируемые в обязательном порядке во всех группах пищевых продуктов: а) свинец, мышьяк, кадмий, ртуть, олово, хром, медь б) свинец, мышьяк, кадмий, ртуть, олово, хром, алюминий в) свинец, мышьяк, кадмий, ртуть, олово, хром г) мышьяк, кадмий, ртуть, олово, хром	ОПК-3
2		Контроль качества готовой продукции начинается с ... а) внешнего осмотра образцов пищи б) проверки наличия технической (технологической) документации по каждому виду блюда в) контрольного взвешивания порции г) органолептической оценки	ОПК-3
3		Какие показатели относятся к органолептическим свойствам продукта. а) внешний вид, консистенция, вкус, запах, аромат. б) внешний вид, вкус, запах, влага, кислотность. в) внешний вид, влага, кислотность, жир, сахар. г) Вкус, запах, свинец, влага, аромат.	ОПК-3
4		В какой последовательности производят органолептическую оценку блюд: а) внешний вид, цвет, запах, консистенция и вкус. б) внешний вид, запах, цвет, консистенция и вкус. в) внешний вид, консистенция и вкус, цвет, запах.	ОПК-3

		г) цвет, запах, внешний вид, консистенция и вкус.	
5		Установление отношения данного изделия к перечню запрещенных к реализации товаров, либо к товарам, имеющим те или иные ограничения. а) Качественная идентификация б) Специальная идентификация в) Сортовая идентификация г) Количественная идентификация	ОПК-3
6		В маркетинге сегмент рынка должен соответствовать следующим требованиям (наиболее полный ответ)... а) характеристики сегмента должны быть измеримы; б) характеристики сегмента должны быть измеримы; сегмент должен иметь достаточную ёмкость для получения прибыли; в) сегмент должен определяться качественными показателями; г) сегмент должен включать разнородных по запросам потребителей.	ОПК-1
7		В практике маркетинга используют следующие средства стимулирования сбыта (наиболее полный ответ)... а) конкурсы, лотереи; экспозиции и демонстрации товара в местах продажи; б) объявления на транспорте, в печати; в) экспозиции и демонстрации товара в местах продажи; г) радиопередачи, реклама на телевидении.	ОПК-1
8		В комплекс маркетинга предприятия питания включаются а) товар, цена, продвижение товара, сбыт; б) комплекс маркетинговых мероприятий на рынке; в) функции службы сбыта; г) поставщики, конкуренты, клиенты.	ОПК-1
9		В маркетинговых исследованиях к внутренним источникам информации относят... а) публикации научно-исследовательских центров и	ОПК-1

		институтов; ежегодники статистической информации б) маркетинговую статистику по товарообороту фирмы; в) данные о маркетинговых затратах; г) верны ответы б и в.	
10		В маркетинге источник мотивации покупки, заставляющий потребителя выбирать именно этот товар, называют... а) критерием сегментирования; б) брендом; в) имиджем товара; г) атрибутом позиционирования.	ОПК-1
11		В маркетинговую деятельность по элементу комплекса маркетинга «сбыт» не входит... а) выбор каналов сбыта; б) план рекламной кампании; в) разработка дилерских скидок; г) оптимизация схем товародвижения.	ПК-2
12		В маркетинговых исследованиях при выборе сегмента несущественными критериями являются... а) полное отсутствие конкурентов; б) достаточная ёмкость для получения прибыли; в) доступность сегмента для составляющих комплекса маркетинга; г) только качественная определённость сегмента.	ПК-2
13		В маркетинговых исследованиях наблюдение как метод сбора первичной информации характеризуется следующими особенностями... а) позволяет учитывать множество взаимосвязанных факторов; б) предполагает открытый или скрытый сбор и регистрацию исследуемых событий или процессов; в) не зависит от готовности наблюдаемого объекта сообщать информацию; г) все выше перечисленное	ПК-2
14		В маркетинге покупатель – это субъект, который... а) обладает правами выбирать товар, оговаривать условия и сроки покупки товара; б) непосредственно совершает покупку;	ПК-2

		<p>в) является инициатором покупки</p> <p>г) верны все ответы</p>	
15		<p>Демаркетинг применяется для того, чтобы...</p> <p>а) привлечь потребителей конкурирующего товара;</p> <p>б) уменьшить уровень спроса;</p> <p>в) повысить уровень спроса;</p> <p>г) сгладить сезонные колебания спроса.</p>	ПК-2

Приложение 6
к рабочей программе

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДЕНЫ
на заседании кафедры конституционного
и международного права

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ
КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ
по дисциплине
Управление концепциями в индустрии питания

Задание к выполнению домашней контрольной работы по дисциплине «Управление концепциями в индустрии питания»

При выполнении контрольной работы рекомендуется придерживаться следующей методики: разобраться с вопросами варианта, изучить и обобщить соответствующий материал по учебникам, провести необходимые расчеты, оформить работу в письменном виде.

При изучении теоретического материала особое внимание следует уделять правовым основам, новым понятиям, терминам, определениям и их запоминанию. Рекомендуется внимательно разобрать приведенные в литературных источниках примеры, таблицы, графики, диаграммы, ответить на вопросы самоконтроля по разделам. Необходимо активно использовать нормативные документы, энциклопедические справочники и словари.

На титульном листе контрольной работы необходимо указать фамилию, имя, отчество, номер группы и номер варианта, название дисциплины, домашний адрес (при необходимости). Рядом с ФИО должна стоять подпись студента.

Контрольная работа должна быть грамотно написана и правильно оформлена в соответствии с Методическими указаниями «Структура и правила оформления текстовых документов» и показывать степень усвоения студентом разделов программы дисциплины, способность к анализу изучаемого материала, умение выделять основные положения и обобщать данные учебной литературы.

Ответы на вопросы должны быть исчерпывающими, конкретными. Категорически запрещается дословно или почти дословно переписывать текст учебника. В обязательном порядке следует делать ссылки на использованные источники литературы по тексту.

Контрольные работы составлены в 3 вариантах, каждый из которых содержит 3 вопроса. Вариант контрольной работы соответствует начальной букве фамилии студента (таблица1).

Таблица 1 - Выбор варианта задания определяется начальной буквой фамилии студента

Начальная буква фамилии студента	№ варианта контрольной работы	Начальная буква фамилии студента	№ варианта контрольной работы
А, Ш, Б, Н, Ц, Ч, И, Я, К, Л	1	М В, Щ, Ф, Х, Г, Д, Е, Ж, З,	3
О, Э, П, Р, С, Ю, Т, У	2		

Ответ на каждый вопрос следует начинать с новой страницы. В конце работы необходимо привести список использованных источников, составленный по установленным правилам (см. библиографический список). При наличии замечаний рецензента, студенту следует выполнить все его указания и доработать вопросы контрольной после основного текста. Если работа выполняется студентом повторно, обязательно следует указать это и приложить первую рецензию. Контрольная работа защищается магистрантом во время сессии.

Задание 1.

Основные этапы разработки концепции пиццерии

1. Ознакомиться с основными методами создания концепции пиццерии.
2. Выбрать месторасположение предприятия.
3. Разработать концепцию.
4. Оформить отчет.

Задание 2

Основные этапы разработки концепции ресторана

1. Ознакомиться с основными методами создания концепции ресторана.
2. Выбрать месторасположение предприятия.
3. Разработать концепцию.
4. Оформить отчет.

Задание 3.

Основные этапы разработки концепции столовой

1. Ознакомиться с основными методами создания концепции столовой.
2. Выбрать месторасположение предприятия.
3. Разработать концепцию.
4. Оформить отчет.