



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ИЕиС  
И.Ю. Мезин

02.03.2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

***КОНЦЕПТ И ДИЗАЙН МЕНЮ***

Направление подготовки (специальность)  
19.03.02 ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ ИЗ РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ

Направленность (профиль/специализация) программы  
Технология и организация индустриального производства кулинарной продукции и  
кондитерских изделий

Уровень высшего образования - бакалавриат  
Программа подготовки - прикладной бакалавриат

Форма обучения  
очная

Институт/ факультет	Институт естествознания и стандартизации
Кафедра	Химии
Курс	2
Семестр	4

Магнитогорск  
2019 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО по направлению подготовки 19.03.02 ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ ИЗ РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 12.03.2015г. №211)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Химии  
07.02.2020г., протокол №6

Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Л. Медяник

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЕиС  
17.02.2020г., протокол №6

Председатель \_\_\_\_\_ И.Ю.Мезин

Рабочая программа составлена:  
ст.преподаватель кафедры Химии

\_\_\_\_\_ В.Ф.Рябова

Рецензент:

Управляющий группой объектов ООО «ОМС-Питание металлургов»

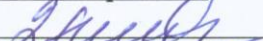
\_\_\_\_\_ В.В.Куликова



## Лист актуализации рабочей программы

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2020 - 2021 учебном году на заседании кафедры Химии

Протокол от 01 сентября 2020 г. № 1  
Зав. кафедрой  Н.Л. Медяник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2021 - 2022 учебном году на заседании кафедры Химии

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Л. Медяник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2022 - 2023 учебном году на заседании кафедры Химии

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Л. Медяник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2023 - 2024 учебном году на заседании кафедры Химии

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Л. Медяник

---

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2024 - 2025 учебном году на заседании кафедры Химии

Протокол от \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_  
Зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Н.Л. Медяник

### 1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Основной целью образования по дисциплине «Концепт и дизайн меню» является освоение обучающимися теоретических знаний, формирование умений и навыков в области дизайна и планирования меню, анализ продаж, доходов и убытков предприятия.

### 2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Концепт и дизайн меню входит в вариативную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате изучения дисциплин/ практик:

Введение в направление

Моделирование производственных ситуаций

Организация технологического процесса производства кулинарной и кондитерской продукции

Учебная - ознакомительная практика

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Брендинг в общественном питании

Проектная деятельность

Подготовка к защите и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

### 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Концепт и дизайн меню» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения
ПК-4 способностью применить специализированные знания в области технологии производства продуктов питания из растительного сырья для освоения профильных технологических дисциплин	
Знать	<ul style="list-style-type: none"><li>- виды, назначение и принципы составления меню;</li><li>- основные методы формирования товарного ассортимента и его характеристики;</li><li>- требования к оформлению меню, карт вин (коктейлей);</li><li>- сущность метода экономического анализа и классификации блюд в соответствии с их прибыльностью и популярностью;</li><li>- сущность маркетингового подхода при ценообразовании блюд.</li></ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"><li>- формировать ассортиментную политику и разрабатывать производственную программу ресторана;</li><li>- составлять различные виды меню;</li><li>- рассчитывать калькуляцию себестоимости продукции и регулировать ценовую политику меню предприятия;</li><li>- организовывать работу производства предприятия питания и осуществлять контроль за технологическими процессами;</li><li>- получать и обрабатывать данные с использованием программного обеспечения;</li></ul>

Владеть	-навыками реализации принципов и методов, обеспечивающих эффективность процессов разработки меню в предприятиях питания различных типов
---------	---

#### 4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов, в том числе:

- контактная работа – 69,8 акад. часов;
- аудиторная – 68 акад. часов;
- внеаудиторная – 1,8 акад. часов
- самостоятельная работа – 38,2 акад. часов;

Форма аттестации - зачет

Раздел/ тема дисциплины	Семестр	Аудиторная контактная работа (в акад. часах)			Самостоятельная работа студента	Вид самостоятельной работы	Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Код компетенции
		Лек.	лаб. зан.	практ. зан.				
1. Введение								
1.1 Понятие и определения меню. История появления термина «Menu engineering». Бостонская матрица.	4	2			6	Самостоятельное изучение профессиональной литературы. Работа с электронными библиотеками. Подготовка к опросу.	Устный фронтальный опрос	ПК-4
Итого по разделу		2			6			
2. Информационное обеспечение процесса обслуживания. Концепция меню								
2.1 Концепция ресторана: маркетинговые исследования, разработка. Структура концепции	4	4/2И	4/2И			Подготовка к лабораторной работы "Проведение сегментации рынка продукции и услуг общественного питания". Подготовка к контрольной работе, тесту, реферату. Самостоятельное изучение профессиональной литературы. Работа с электронными библиотеками.	Защита лабораторной работы; контрольная работа, тест, реферат.	ПК-4

<p>2.2 Средства информации: меню, сертификаты, лицензии. Требования к информации. Меню: понятие, назначение, виды. Требования, предъявляемые к составлению меню. Последовательность расположения закусок, блюд, напитков. Правила составления и оформления различных видов меню. Карта вин: понятие, назначение, правила составления оформления. Роль сомелье в разработке карты вин. Понятие о карте коктейлей ресторана</p>		8/2И	8/2И		6	<p>Подготовка к лабораторной работы "Составление и оформление плана меню"; "Анализ основных показателей и принципов составления меню". Подготовка к контрольной работе, тесту, реферату. Самостоятельное изучение профессиональной литературы. Работа с электронными библиотеками.</p>	<p>Защита лабораторной работы; контрольная работа, тест, реферат.</p>	ПК-4
<p>2.3 Этапы разработки меню. Разработка эскиза дизайна меню.</p>		4	4/2И		10	<p>Подготовка к лабораторной работы "Анализ соответствие концепции заведения". Подготовка к контрольной работе, тесту, реферату. Самостоятельное изучение профессиональной литературы. Работа с электронными библиотеками.</p>	<p>Защита лабораторной работы; контрольная работа, тест, реферат.</p>	ПК-4
<p>2.4 Качественный анализ и оптимизация меню. Методы анализа меню.</p>		6	8/4И		6	<p>Подготовка к лабораторной работы "Меню как маркетинговый инструмент". Подготовка к контрольной работе, тесту, реферату. Самостоятельное изучение профессиональной литературы. Работа с электронными библиотеками.</p>	<p>Защита лабораторной работы; контрольная работа, тест, реферат.</p>	ПК-4
<p>Итого по разделу</p>		22/4И	24/10И		22			
<p>3. Дизайн меню</p>								

3.1 Понятие дизайна, его виды. Задачи и методы дизайна в создании и гармонизации предметной среды и информации. Эстетические требования к оформлению меню.		4			4	Самостоятельное изучение профессиональной литературы. Работа с электронными библиотеками.	Контрольная работа, тест, реферат	ПК-4
3.2 Дизайнерские программы для создания меню. Творческие шаблоны - Food Menu Template Bundle, Blackboard Restaurant Menu Design, Cafe Menu Flyer + Business Card, Vintage Food Menu Pack и др. Оптимизация меню.	4	6	6			Подготовка к лабораторной работы "Разработка нового меню". Подготовка к контрольной работе, тесту, реферату. Самостоятельное изучение профессиональной литературы. Работа с электронными библиотеками.	Защита лабораторной работы; контрольная работа, тест, реферат.	ПК-4
3.3 Эффективный дизайн меню и разработка макета меню.			4		6,2	Подготовка к лабораторной работы "Разработка макета меню в дизайнерской программе". Подготовка к контрольной работе, тесту, реферату. Самостоятельное изучение профессиональной литературы. Работа с электронными библиотеками.	Защита лабораторной работы.	ПК-4
Итого по разделу		10	10		10,2			
Итого за семестр		34/4И	34/10И		38,2		зачёт	
Итого по дисциплине		34/4И	34/10И		38,2		зачет	ПК-4



## 5 Образовательные технологии

В процессе преподавания дисциплины «Концепт и дизайн меню» применяются традиционные и информационно-коммуникационные образовательные технологии.

Лекции проходят как в информационной форме, где имеет место последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами, так и в форме лекций-беседы или диалога с аудиторией, лекций с применением элементов «мозговой атаки», лекций-консультаций, где теоретический материал заранее выдается студентам для самостоятельного изучения, для подготовки вопросов лектору, таким образом, лекция проходит по типу вопросы-ответы-дискуссия.

Помимо этого, в лекции могут использоваться элементы проблемного изложения. Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. Такая лекция представляет собой занятие, предполагающее инициированное преподавателем привлечение аудитории к решению крупной научной проблемы, раскрывает возможные пути ее решения, показывает теоретическую и практическую значимость достижений. На проблемной лекции новое знание вводится как неизвестное для обучающихся. Полученная информация усваивается как личностное открытие еще не известного для себя знания.

Для реализации информационно-коммуникационной образовательной технологии проводятся лекции-визуализации, в ходе которых изложение теоретического материала сопровождается презентацией.

Лекционный материал закрепляется в ходе лабораторных работ, на которых выполняются групповые и индивидуальные задания по решению проблемных задач по пройденной теме. При проведении лабораторных работ используется метод контекстного обучения, который позволяет усвоить материал путем выявления связей между конкретным знанием и его применением.

Самостоятельная работа обучающихся является одним из наиболее эффективных средств развития потребности к будущему самообразованию. Самостоятельная работа обучающихся включает в себя самые разнообразные формы учебной деятельности: выполнение домашних заданий, завершение оформления лабораторных работ, решение практических и ситуационных задач, изучение основного и дополнительного материала по учебникам и пособиям, чтение и проработка научной литературы в библиотеке, написание рефератов, подготовка к тестированию, устным опросам, зачетам, итоговой аттестации.

Самостоятельная работа обучающихся должна быть направлена на закрепления теоретического материала, изложенного преподавателем, на проработку тем, отведенных на самостоятельное изучение, на подготовку к лабораторным занятиям, выполнение индивидуальных заданий и подготовку к рубежному и заключительному контролю. Помимо этого, обучающиеся представляют результаты своей самостоятельной работы в виде презентаций.

При проведении рубежного и заключительного контроля основными задачами, стоящими перед преподавателем, являются: выявление степени правильности, объема, глубины знаний, умений, навыков, полученных при изучении курса наряду с выявлением степени самостоятельности в применении полученных знаний, умений и навыков.

Современные интерактивные средства позволяют экспериментировать с новыми формами контроля. Обучающимся предлагаются тесты и задачи в электронном виде, с автоматизированной системой проверки. В отличие от обычного тестирования такой способ контроля позволяет студентам в любое время пройти тест, проанализировать ошибки и пройти тест вторично.

## **6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Представлено в приложении 1.

## **7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации**

Представлены в приложении 2.

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **а) Основная литература:**

1 Кацерикова, Н. В. Ресторанное дело : учебное пособие / Н. В. Кацерикова. — 2-е изд. переаб. и доп. — Кемерово : КемГУ, 2010. — 332 с. — ISBN 978-5-89289-603-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт].— URL: <https://e.lanbook.com/book/4616> (дата обращения: 18.10.2020)..

2 Костина, Н. Г. Фирменный стиль и дизайн : учебное пособие / Н. Г. Костина, С. Ю. Баранец. — Кемерово : КемГУ, 2014. — 97 с. — ISBN 978-5-89289-847-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт].— URL: <https://e.lanbook.com/book/93556> (дата обращения: 19.10.2020).

### **б) Дополнительная литература:**

1 Бизнес-планирование на предприятиях общественного питания» : учебное пособие / Т. А. Щербакова, Л. А. Маюрникова, Т. В. Крапива, Н. И. Давыденко. — Кемерово : КемГУ, 2016. — 99 с. — ISBN 978-5-89289-974-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/book/93553> (дата обращения: 19.10.2020)

2 Кокшаров, А. А. Современные технологии производства и обслуживания в общественном питании : учебное пособие / А. А. Кокшаров, И. А. Килина. — Кемерово : КемГУ, 2019. — 90 с. — ISBN 978-5-8353-2360-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт].— URL: <https://e.lanbook.com/book/134320> (дата обращения: 18.10.2020)

3 Любецкая, Т. Р. Организация обслуживания в индустрии питания : учебник / Т. Р. Любецкая. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 308 с. — ISBN 978-5-8114-3754-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт]. — URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/123665/#1> (дата обращения: 18.10.2020).

4 Маюрникова, Л. А. Маркетинг в ресторанном бизнесе : учебное пособие / Л. А. Маюрникова, Н. И. Давыденко, Т. В. Крапива. — Кемерово : КемГУ, [б. г.]. — Часть 1 — 2014. — 101 с. — ISBN 978-5-89289-861-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт].— URL: <https://e.lanbook.com/book/72023> (дата обращения: 19.10.2020)

5 Маюрникова, Л. А. Технологические процессы в сервисе : учебное пособие / Л. А. Маюрникова, Т. В. Крапива, Н. И. Давыденко. — Кемерово : КемГУ, 2015. — 96 с. — ISBN 978-5-89289-896-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт].— URL: <https://e.lanbook.com/book/93558> (дата обращения: 18.10.2020)

6 Термины и определения в индустрии питания. Словарь : учебно-справочное пособие / Л. А. Маюрникова, М. С. Куракин, А. А. Кокшаров, Т. В. Крапива. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 244 с. — ISBN 978-5-8114-4377-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт].— URL: <https://e.lanbook.com/reader/book/138157/#1> (дата обращения: 18.10.2020)

7 Шадрин, В. Г. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебное пособие / В. Г. Шадрин, О. В. Коновалова. — Кемерово : КемГУ, 2011. — 108 с. — ISBN 978-5-89289-661-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система «Лань»: [сайт].— URL: <https://e.lanbook.com/book/4836> (дата обращения: 18.10.2020)

8. Известия вузов. Пищевая технология. - ISSN: 0579-3009. - Текст : непосредственный.

9. Пищевая промышленность. - ISSN: 0235-2486. - Текст : непосредственный.

**в) Методические указания:**

1 Методические указания представлены в приложении 3.

**г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:**

**Программное обеспечение**

Наименование ПО	№ договора	Срок действия лицензии
MS Windows 7 Professional (для классов)	Д-1227-18 от 08.10.2018	11.10.2021
MS Office 2007 Professional	№ 135 от 17.09.2007	бессрочно
FAR Manager	свободно распространяемое ПО	бессрочно
7Zip	свободно распространяемое ПО	бессрочно
Adobe Photoshop CS 5 Academic Edition	К-113-11 от 11.04.2011	бессрочно
Система расчетов для общественного питания	К-69-14 от 18.09.2014	бессрочно

**Профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Название курса	Ссылка
Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС»	<a href="https://dlib.eastview.com/">https://dlib.eastview.com/</a>
Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования	URL: <a href="https://elibrary.ru/project_risc.asp">https://elibrary.ru/project_risc.asp</a>
Поисковая система Академия Google (Google Scholar)	URL: <a href="https://scholar.google.ru/">https://scholar.google.ru/</a>
Информационная система - Единое окно доступа к информационным ресурсам	URL: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a>
Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный институт промышленной собственности»	URL: <a href="http://www1.fips.ru/">http://www1.fips.ru/</a>
Российская Государственная библиотека. Каталоги	<a href="https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/">https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/</a>
Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова	<a href="http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp">http://magtu.ru:8085/marcweb2/Default.asp</a>
Международная наукометрическая реферативная и полнотекстовая база данных научных изданий «Web of science»	<a href="http://webofscience.com">http://webofscience.com</a>

Международная реферативная и полнотекстовая справочная база данных	<a href="http://scopus.com">http://scopus.com</a>
Международная реферативная и полнотекстовая справочная база данных научных изданий «Springer Nature»	<a href="https://www.nature.com/siteindex">https://www.nature.com/siteindex</a>

### **9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

Тип и название аудитории Оснащение аудитории

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа Мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации

Учебные аудитории для проведения лабораторных занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Оборудование для выполнения лабораторных работ, химическая посуда, реактивы,

Наглядные материалы: таблицы, схемы, плакаты.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся Персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета

Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования Стеллажи, сейфы для хранения учебного оборудования

Инструменты для ремонта лабораторного оборудования.

## **Приложение 1**

### **Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

По дисциплине «Концепт и дизайн меню» предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся предполагает выполнение лабораторных и контрольных работ, выступления на семинарских занятиях.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся осуществляется в виде изучения литературы по соответствующему разделу с проработкой материала.

#### **Перечень лабораторных работ**

Лабораторная работа № 1 "Проведение сегментации рынка продукции и услуг общественного питания "

Лабораторная работа № 2 «Составление и оформление плана-меню».

Лабораторная работа № 3 «Принципы составления меню предприятия. Правила и техника подачи блюд и напитков».

Лабораторная работа № 4 «Анализ основных показателей и принципов составления меню»

Лабораторная работа № 5 «Меню как маркетинговый инструмент»

Лабораторная работа № 6 «Разработка нового меню»

Лабораторная работа № 7 «Разработка макета меню»

#### **Типовые контрольные задания**

##### **Примерные тесты по дисциплине:**

Вопрос 1

При оформлении меню допустимо следующее сочетание различных цветов:

- 1) зелёный на красном;
- 2) чёрный на голубом;
- 3) зелёный на ярко-красном;
- 4) белый на жёлтом.

Вопрос 2

Винную карту открывать по традиции необходимо:

- 1) красными винами;
- 2) белыми винами;
- 3) игристыми винами;
- 4) десертными винами.

Вопрос 3

Маркетинговая концепция обязывает...

- а) активно пытаться продать то, что можно произвести;
- б) любить потребителя, а не товар;
- в) производить то, что можно продать;
- г) изучать производственные мощности, а не потребности рынка.

Вопрос 4

Что такое покупательский спрос?

- а) готовность покупателей в данный отрезок времени приобретать определенное количество товаров по каждой из предложенных на рынке цен;
- б) готовность покупателей в данный отрезок времени приобрести товар по определенной цене;

в) состояние готовности потенциальных потребителей приобрести товар.

Вопрос 5

Сегментация рынка – это:

- а) разделение рынка на отдельные группы потребителей;
- б) структурирование потребителей, заинтересованных в определенных товарах и услугах;
- в) стратегия выборочного проникновения на рынок.

Вопрос 6

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

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

Вопрос 7

Предприятия питания, разрабатывая новую продукцию, изучают спрос на рынке, чтобы:

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

Вопрос 8

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

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

Вопрос 9

Какой из указанных каналов товародвижения относится к прямому, а какой к косвенному?

- а) продажа через магазин;
- б) продажа в зале ресторана;
- в) продажа через буфет гостиницы.

Вопрос 10

Какой из перечисленных элементов наиболее существенно влияет на ценовую политику?

- а) предложение;
- б) спрос;
- в) реклама;
- г) конкуренция.

Вопрос 11 Функциональный научный подход к управлению, разработан...?

- 1) З. Фрейдом
- 2) Ф. Тейлором
- 3) М. Вебером
- 4) Девенпортом

### Вопрос 12

Дополнительную прибыль в ресторане можно получить при наличии бара. Хороший бар даёт в день:

- 1) до 25 – 30 % дневной выручки;
- 2) 30 – 35 % дневной выручки;
- 3) 35 – 40 % дневной выручки;
- 4) 40 – 50 % дневной выручки.

### Вопрос 13

В винном баре крепость алкогольных напитков должна быть не выше:

- 1) 20°;
- 2) 25°;
- 3) 28°;
- 4) 30°.

### Вопрос 14

В гриль-барах изготавливают продукцию:

- 1) только из птицы;
- 2) только из мяса;
- 3) только из рыбы;
- 4) из мяса, рыбы, птицы.

### Вопрос 15

Стабильные цены в ресторане – это:

- 1) миф;
- 2) когда цена меняется из-за изменения издержек;
- 3) когда цена меняется из-за изменения соотношения между спросом и предложением;
- 4) неизменяющийся формат заведения, дизайн или содержание меню.

### Вопрос 16.

Характеристиками цвета являются:

- а) длина волны;
- б) цветовой тон и светлота;
- в) насыщенность, цветовой тон, светлота и яркость;
- г) спектральность состава.

### Вопрос 17

Насыщенность – это:

- а) свойство тел вызывать зрительные ощущения;
- б) цветовой тон;
- в) степень близости к спектральному цвету;
- г) степень яркости цвета.

### Вопрос 18.

Наука об измерении цветов называется:

- а) дизайном;
- б) колориметрией;
- в) физикой;
- г) психологией.

### Вопрос 19.

Основным отличительным свойством цвета является:

- а) светлота;
- б) яркость;
- в) насыщенность;
- г) цветовой тон.

### Вопросы для самоподготовки

1. Перечислите факторы, определяющие виды меню.
2. Назовите виды меню, которые представляют собой отдельные рационы, с указанием цены за комплекс блюд.
3. Перечислите виды банкетного меню и их ассортимент.
4. Назовите виды меню, составленные для организации обеда.
5. Раскройте особенности цветового решения бланков меню.
6. Охарактеризуйте требования к заголовкам, названиям блюд и их описанию в меню ресторанов.

### Примеры практических заданий

#### Задача 1.

1 Выполнить анализ основных свойств меню, с полным описанием рассуждений. Оцените каждое свойство с помощью показателя по трехбалльной шкале, ответы внесите в таблицу 1.

Таблица 1

Показатель	Структура	Широта	Полнота	Гармоничность
Оценка				

3. Определить коэффициенты весомости каждого показателя меню, основываясь на личном мнении и опыте, которые получены в процессе прохождения практики, а также мнении посетителей предприятия. Опишите Ваши рассуждения, заполните таблицу ранга (2):

Таблица 2

Показатель	Структура	Широта	Полнота	Гармоничность
Коэффициент весомости				

4. Определить фактическое абсолютное и относительное значения комплексного коэффициента рациональности, используя данные таблиц 1,2. Пример расчёта коэффициента рациональности приведен в теме 2.1 «Характеристика товарного ассортимента и принципов составления меню».

5. Найти подтверждение (или отсутствие) соответствия анализируемого меню принципам совместимости, взаимозаменяемости и экономичности, ответ аргументируйте, приведите примеры.

6. Проверить последовательность расположения блюд в меню. В случае обнаружения ошибок представьте правильный вариант расположения блюд в меню.

7. Разработать мероприятия по оптимизации меню предприятия.

8. Сделать вывод о проделанной работе.

#### Задача 2.

1 Определите процент отходов и потерь для сырья по Сборнику рецептов.

2 Проведите контрольную проработку сырья с целью определения процента отходов при механической обработке.



- 3 Составьте схему технологического процесса механической обработки сыра.
- 4 Выполните необходимые технологические расчёты, оформите акт контрольной проработки.

Таблица 4 – Характеристика сыра

Показатель	Образец №1	Образец №2	Образец №3
Торговая марка			
Производитель			
<i>Маркировка продукта:</i>			
Объём, мл			
Масса нетто, г			
Масса нетто продукта, г			
Цена за единицу продукта, руб.			
Себестоимость 1 кг продукта, руб.			
<i>Контрольная проработка:</i>			
Масса нетто, г			
Масса нетто продукта, г			
Фактический процент отходов, %			

- 5 Выполните характеристику органолептических показателей качества (внешний вид, консистенция, цвет, вкус, запах), результаты внесите в таблицу 7.

Таблица 5 – Характеристика органолептических показателей сыра

Показатель	Образец №1	Образец №2	Образец №3
Торговая марка			
Производитель			
Внешний вид			
Консистенция			
Цвет			
Вкус			
Запах			

Содержание реферата – это анализ научно-практического материала в какой-либо научной или практической сфере; авторский взгляд на ситуацию или проблему, анализ и возможные пути решения проблемы. Доклад – это развернутое устное сообщение, посвященное заданной теме, сделанное публично, на основе реферата.

#### **Примерные темы рефератов**

- 1 История развития фирменного стиля в индустрии питания.
- 2 Корпоративная культура в индустрии гостеприимства.
- 3 Имидж – как основной элемент корпоративной культуры в индустрии питания.
- 4 Концепция предприятия – основа создания фирменного стиля в индустрии питания.
- 5 История развития товарного знака в индустрии питания.
- 6 Ведущие дизайнеры и компании по созданию товарных знаков.

- 7 Мировые брэнды ресторанов.
- 8 Меню – носитель имиджа ресторана.
- 9 Дизайн меню, информационная и художественная значимость.
- 10 Карта вин и особенности ее составления для ресторанов различных кухонь.
- 11 Эногастрономия и ее роль при составлении карты вин.
- 12 Кулинарный дизайн в индустрии питания.
- 13 Дизайн как важный элемент ресторанной концепции.
- 14 Фитодизайн и флористика в ресторане.
- 15 Современный дизайн декорирования фуршетных столов.
- 16 Брендинг как основа конкурентоспособности ресторана в индустрии питания.
- 17 Современные направления дизайна форменной ресторана в индустрии питания.
- 18 Фирменный стиль и конкурентоспособность ресторана в индустрии питания.

### **Методические указания к выполнению рефератов**

Самостоятельная работа студентов направлена на расширение, углубление и усвоение курса «**Концепт и дизайн меню**». Самостоятельные задания способствуют развитию у студентов интереса к научно-исследовательской работе. Студенты подбирают самостоятельно литературу. Для реферата необходимо переработать не менее 8 – 10 литературных источников основных и дополнительных по одной проблеме. Структура реферата: титульный лист, содержание, введение, основная часть, заключение, список используемой литературы. Объем работы должен быть не менее 10 – 12 листов печатного текста. Данную работу студенты выполняют в течение семестра, оформляют ее и защищают на занятии.

Критерии оценивания:

Отлично: работа выполнялась самостоятельно; материал подобран в достаточном количестве с использованием разных источников; работа оформлена с соблюдением всех требований для оформления проектов; защита творческой работы проведена на высоком и доступном уровне.

Хорошо: работа выполнялась самостоятельно; материал подобран в достаточном количестве с использованием разных источников; работа оформлена с незначительными отклонениями от требований для оформления проектов; защита творческой работы проведена хорошо.

Удовлетворительно: работа выполнялась с помощью преподавателя; материал подобран в достаточном количестве; работа оформлена с отклонениями от требований для оформления проектов; защита творческой работы проведена удовлетворительно.

Неудовлетворительно: работа выполнялась с помощью преподавателя; материал подобран в недостаточном количестве; работа оформлена без соблюдения требований; защита проведена неудовлетворительно.

### **Практические задания**

Задание 1. Составьте специальное меню (в соответствии с вариантом), оформив его на отдельном бланке.

Варианты заданий:

- № 1. Меню комплексного завтрака.
- № 2. Меню бизнес-ланча.
- № 3. Меню воскресного бранча.
- № 4. Меню дневного рациона участников конференции.
- № 5. Меню банкета-фуршета.
- № 6. Меню тематического мероприятия «День именинника».
- № 7. Меню банкета с частичным обслуживанием официантами.
- № 8. Комплиментное меню.
- № 9. Постное меню.

№10. Меню тематического мероприятия.

№11. Меню специального предложения «Для вегетарианцев».

№12. Меню дегустационного сета.

№13. Меню экспресс-стола.

№14. Детское меню.

2. Охарактеризуйте особенности проведения обслуживания (время, продолжительность, форма обслуживания, особенности ценообразования).

Задание 2 .

1. Аргументируя, обоснуйте ошибочность мнения о том, что, принимая решение, клиент не следует какой-либо схеме, а делает свой выбор в большей или меньшей степени спонтанно. Какова ваша позиция в отношении этого мнения?

2. Перечислите основные источники информации, из которых клиент может узнать о вашем предприятии. На ваш взгляд, какие средства информации будут наиболее эффективны для воздействия на потенциальных клиентов о принятии решения по посещению именно вашего предприятия общественного питания? (Если вы не являетесь работником такого предприятия, выберите какое-нибудь предприятие, которое вам известно.)

3. Одни клиенты посещают различные рестораны, другие ходят только в рестораны одного класса, третьи — только в один ресторан. Объясните их поведение, определите факторы, которые влияют на принятие этих решений.

### **Вопросы контрольной работы**

1 Раскройте систему показателей, определяющих ассортиментную концепцию предприятия.

2. Объясните термин «средний чек ресторана», почему средний чек необходимо определять до подбора ассортимента блюд?

3. Перечислите возможные доминирующие мотивы посещения ресторана.

4 Клиент - ориентированная модель организации.

5 Принципы инжиниринга меню.

6 Возможности современных информационных технологий и их применение в проектах инжиниринга.

7 Структура и содержание этапов разработки модели меню.

8 ABC - Стоимостной анализ функций.

9 Дать определение термина «столовая» в соответствии ГОСТ 30389–2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования»

10 Перечислить факторы, влияющие на формирование ассортимента столовых.

11 Перечислить группы блюд, входящие в меню столовы

12 Назвать виды меню, используемые в предприятиях общественного питания. 32. Какие функции выполняет меню в предприятии питания? 33. Какой принцип положен в порядок расположения блюд в меню?

### **Контрольные вопросы**

1. Международная терминология, применяемая при определении вида меню.

2. Разработка меню со свободным выбором блюд.

3. Разработка меню скомплектованных рационов питания.

4. Требования к оформлению меню.
5. Оформление специальных видов меню.
6. Типичные виды ошибок при оформлении меню.
7. Психологические аспекты восприятия меню.
- 8 Роль цвета в дизайне.
- 9 Понятие стиля.
- 10 Понятие моды
- 11 Дизайн столовой посуды
- 12 Дизайн столового белья
- 13 Современные тенденции оформления и подачи блюд.
- 14 Реклама на предприятиях общественного питания
- 15 Концептуальные идеи в интерьере предприятий общественного инициация
- 16 Стилизация интерьеров предприятий общественного питания

## Приложение 2

### Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация имеет целью определить степень достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за семестр и проводится в форме зачета.

#### а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
<p><b>ПК-4 способностью применить специализированные знания в области технологии производства продуктов питания из растительного сырья для освоения профильных технологических дисциплин</b></p>		
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- виды, назначение и принципы составления меню;</li> <li>- основные методы формирования товарного ассортимента и его характеристики;</li> <li>- требования к оформлению меню, карт вин (коктейлей);</li> <li>- сущность метода экономического анализа и классификации блюд в соответствии с их прибыльностью и популярностью;</li> <li>- сущность маркетингового подхода при ценообразовании блюд.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Перечень теоретических вопросов к зачету</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Современные принципы дизайна при создании общественного питания.</li> <li>2 Гармония в дизайне современных предприятий общественного питания</li> <li>3 Дизайн предприятий национальной кухни.</li> <li>4 Принципы цветового оформления меню</li> <li>5 Цвет и зрительные иллюзии.</li> <li>6 Психофизиологическая характеристика цвета.</li> <li>7 Значение цвета в формировании блюд.</li> <li>8 Характеристика психофизиологического воздействия цветов на человека.</li> <li>9 Законы смешения цвета.</li> <li>10 Меню - как основной элемент фирменного стиля ресторана.</li> <li>11 Дизайн меню как отражение концепции предприятия.</li> <li>12 Кулинарный дизайн.</li> <li>13 Интерьер - основа имиджа ресторана.</li> <li>14 Флористика и фитодизайн в ресторане.</li> <li>15 Характеристика методов экономического анализа (метод Хайеса и Гуфмана, метод Миллера, метод Казавана и Смита, метод Павесика).</li> <li>16 Особенности маркетингового подхода при ценообразовании, с целью увеличения доходности предприятия.</li> <li>17 Характеристика и оформление меню «а-ля карт», «Табльдот», «а-ля пард».</li> <li>18 Характеристика и оформление меню бизнес-ланча, воскресного бранча.</li> <li>19 Характеристика и оформление меню дневного рациона, меню тематических мероприятий.</li> <li>20 Характеристика и оформление меню диетического и детского питания.</li> <li>21 Характеристика и оформление специальных видов меню (вкладыши в меню – блюда от шеф – повара, дегустационное меню, меню для гурманов, постное</li> </ol>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства
		<p>меню, комплиментное меню).</p> <p>22 Особенности технологических и гигиенических требований при разработке меню со свободным выбором блюд.</p> <p>23 Особенности технологических и гигиенических требований при разработке меню скомплектованных рационов питания.</p> <p>24 Требования к структуре меню (заголовки, названия блюд, описания блюд, потребительская информация).</p> <p>25 Характеристика основных стилей дизайна меню.</p> <p>26 Требования к оформлению меню (внешний вид, формат, бумага, шрифт, выбор цвета, логотип, иллюстрации).</p> <p>27 Общие сведения о восприятии и поведении потребителей.</p> <p>28 Использование психологических факторов восприятия меню (неокругление цены, внутренний бухгалтер, относительное восприятие цены; фактор времени и места).</p> <p>29 Характеристика дизайнерских программ для макета меню</p>
Уметь	<p>- формировать ассортиментную политику и разрабатывать производственную программу ресторана;</p> <p>- составлять различные виды меню;</p> <p>- рассчитывать калькуляцию себестоимости продукции и регулировать ценовую политику предприятия;</p> <p>- организовывать работу производства предприятия питания и осуществлять контроль за технологическими процессами;</p> <p>- получать и обрабатывать данные с использованием программного обеспечения;</p>	<p><b>Пример практического задания</b></p> <p>1 В соответствии с ГОСТ 30389–2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» столовая – предприятие (объект) общественного питания, осуществляющее приготовление и реализацию с потреблением на месте разнообразных блюд и кулинарных изделий в соответствии с меню, различающимся по дням недели.</p> <p><i>Последовательность выполнения:</i></p> <p>1. Разработайте ассортимент блюд для столовой, в соответствии с предложенным вариантом.</p> <p>№1. Меню обеда со свободным выбором блюд в общедоступной столовой.</p> <p>№2. Меню ужина со свободным выбором блюд в общедоступной столовой.</p> <p>№3. Меню комплексного обеда школьной столовой возрастная группа 14–17 лет.</p> <p>№4. Меню комплексного завтрака школьной столовой возрастная группа 7–10 лет.</p> <p>№5. Меню завтрака и обеда со свободным выбором блюд в диетической общедоступной столовой.</p> <p>№6. Меню комплексного обеда столовой при промышленном предприятии с рационом питания №1.</p> <p>№7. Меню комплексного обеда столовой при промышленном предприятии с рационом питания №2.</p>

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства																								
		<p>№8. №6. Меню комплексного обеда столовой при промышленном предприятии с рационом питания №4.</p> <p>№9. Меню двух вариантов комплексных обедов для работников строительной организации.</p> <p>№10. Меню обеда со свободным выбором блюд для сотрудников административного учреждения.</p> <p>№11. Меню двух вариантов комплексных обедов для работников буровой станции.</p> <p>№12. Меню комплексного обеда столовой больничного комплекса питающихся по диете</p> <p>№13. Меню комплексного обеда столовой больничного комплекса питающихся по диете №7.</p> <p>№14. Меню комплексного обеда столовой интерната для пожилых людей.</p>																								
Владеть	-навыками реализации принципов и методов, обеспечивающих эффективность процессов разработки меню в предприятиях питания различных типов	<p>Пример ситуационной задачи</p> <p>1 Определить коэффициент рациональности меню обедов в столовой при санатории. Если в ходе анализа меню обедов экспертами были определены средние значения основных свойств меню: широты – 4,0; полноты – 3,0; обновляемости – 3,5; гармоничности – 2,8.</p> <p>2 Провести анализ меню по модели Касанавы-Смита</p> <p>Исходные данные продаж в группе «Салаты»</p> <table border="1" data-bbox="703 1332 1477 1624"> <thead> <tr> <th data-bbox="703 1332 895 1440">Блюдо</th> <th data-bbox="895 1332 1091 1440">Объём реализации, шт</th> <th data-bbox="1091 1332 1230 1440">Цена, руб.</th> <th data-bbox="1230 1332 1477 1440">Себестоимость, %</th> </tr> <tr> <td></td> <td data-bbox="895 1440 1091 1473">1</td> <td data-bbox="1091 1440 1230 1473">2</td> <td data-bbox="1230 1440 1477 1473">3</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="703 1473 895 1512">Винегрет</td> <td data-bbox="895 1473 1091 1512">30,0</td> <td data-bbox="1091 1473 1230 1512">60,0</td> <td data-bbox="1230 1473 1477 1512">33,0</td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 1512 895 1547">Цезарь</td> <td data-bbox="895 1512 1091 1547">80,0</td> <td data-bbox="1091 1512 1230 1547">200,0</td> <td data-bbox="1230 1512 1477 1547">40,0</td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 1547 895 1583">Столичный</td> <td data-bbox="895 1547 1091 1583">90,0</td> <td data-bbox="1091 1547 1230 1583">90,0</td> <td data-bbox="1230 1547 1477 1583">22,0</td> </tr> <tr> <td data-bbox="703 1583 895 1624">Студень</td> <td data-bbox="895 1583 1091 1624">40,0</td> <td data-bbox="1091 1583 1230 1624">20,0</td> <td data-bbox="1230 1583 1477 1624">25,0</td> </tr> </tbody> </table> <p>Вывод:</p> <p>3 Дополните перечень недостающих четырех экономических показателей в таблице анализа меню:</p>	Блюдо	Объём реализации, шт	Цена, руб.	Себестоимость, %		1	2	3	Винегрет	30,0	60,0	33,0	Цезарь	80,0	200,0	40,0	Столичный	90,0	90,0	22,0	Студень	40,0	20,0	25,0
Блюдо	Объём реализации, шт	Цена, руб.	Себестоимость, %																							
	1	2	3																							
Винегрет	30,0	60,0	33,0																							
Цезарь	80,0	200,0	40,0																							
Столичный	90,0	90,0	22,0																							
Студень	40,0	20,0	25,0																							

Структурный элемент компетенции	Планируемые результаты обучения	Оценочные средства																
		Блюдо	Количество проданных порций	Себестоимость порции	Цена порции	Себестоимость проданных блюд	(1)	Себестоимость порции, %	Валовая прибыль с порции	(2)								
			A	B	C	D	E	F	G	H								
						$D=AB$	$E=AC$	$F=D:E$	$G=C-B$	$H=A$								
		Рыба	24	1,74	6,95	41,76	166,80	25,00	5,21	125,00								
		<p>4 Выполните анализ основных свойств меню, с полным описанием рассуждений. Оцените каждое свойство с помощью показателя по трехбалльной шкале, ответы внесите в таблицу 1.</p> <p>Таблица 1</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Показатель</th> <th>Структура</th> <th>Широта</th> <th>П</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Оценка</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>									Показатель	Структура	Широта	П	Оценка			
Показатель	Структура	Широта	П															
Оценка																		

**б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Концепт и дизайн меню» включает теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений, проводится в форме зачета.

Подготовка к зачету заключается в изучении и тщательной проработке обучающимся учебного материала дисциплины с учетом учебников, учебных пособий, лекционных и практических занятий, сгруппированном в виде контрольных вопросов.

Студент дает ответы на вопросы после предварительной подготовки, а также предоставляется право давать ответы на вопросы без подготовки по его желанию.

Преподаватель имеет право задавать дополнительные вопросы, если студент недостаточно полно осветил тематику вопроса, если затруднительно однозначно оценить ответ, если студент не может ответить на вопрос.

Критерии оценки:



- **«зачтено»** - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания учебного материала по теме, знает сущность дисциплины. При этом студент логично и последовательно излагает материал темы, раскрывает смысл вопроса, дает удовлетворительные ответы на дополнительные вопросы. Дополнительным условием получения оценки могут стать хорошие успехи при выполнении самостоятельной и контрольной работы, систематическая активная работа на практических занятиях.

- **«не зачтено»** - выставляется при условии, если студент владеет отрывочными знаниями о сущности дисциплины, дает неполные ответы на вопросы из основной литературы, рекомендованной к курсу, не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем.

### Приложение 3 Лабораторная работа 1

#### Проведение сегментации рынка продукции и услуг общественного питания

**Цель работы:** научиться проводить сегментирование рынка и позиционирование товара (услуги) предприятия

#### **Пояснение к работе:**

*Студент должен знать:*

- основные определения
- критерии сегментирования
- этапы сегментирования
- характеристики целевого рынка
- стратегии позиционирования

*Студент должен уметь:*

- разбивать рынок по критериям сегментирования
- выявлять целевые рынки
- выявлять или определять позиционирование товара (услуги)

Основные определения: сегмент, позиционирование, целевой рынок

Этапы сегментирования и позиционирования:

1. Сегментирование
  - критерии сегментирования
  - описание каждого из выделенных сегментов
2. выбор целевых рынков
  - оценка степени привлекательности каждого сегмента
  - выбор целевых сегментов
3. позиционирование товара
  - разработка принципов позиционирования на каждом целевом сегменте
  - разработка маркетингового комплекса для каждого целевого рынка

Критерии сегментирования

Географический

Демографический

Поведенческий

#### **Задание 1**

Проведите сегментирование и позиционирование товара (услуги) кафе при кинотеатре, находящееся в центре города. Все данные запишите последовательно по этапам сегментирования и позиционирования.

## Лабораторная работа 2

### Составление и оформление плана-меню.

**Цель работы:** научиться оформлять плана-меню.

#### 1. Изучите методические рекомендации по выполнению работы

Меню - это перечень закусок, блюд, напитков, мучных кондитерских изделий, имеющих в продаже на данный день с указанием выхода и цены.

В зависимости от типа предприятия и обслуживаемого контингента потребителей применяют различные виды меню: со свободным выбором блюд; комплексных обедов и обедов по абонементам; дневного рациона; диетического и детского питания; банкетное.

Документ составляется в единственном экземпляре за несколько дней до момента приготовления того или иного блюда. В плане-меню указывается полное наименование приготавливаемого блюда, номер согласно специальным карточкам или же Сборнику рецептов, а так же количество блюд, намеченных к приготовлению.

**Требования к оформлению меню** состоят, прежде всего в том, что оно должно служить эффективным средством рекламы, отражать специфику предприятия.

*Первым этапом* оперативного планирования на предприятии общественного питания является составление планового меню. Наличие планового меню дает возможность обеспечить разнообразие блюд по дням недели, избежать повторений одних и тех же блюд, обеспечить четкую организацию снабжения производства сырьем и полуфабрикатами, своевременно направляя заявки на оптовые базы, промышленные предприятия, правильно организовать технологический процесс приготовления пищи и труд работников производства. В плановом меню указывается ассортимент и количество блюд каждого наименования, которые могут быть приготовлены на данном предприятии по дням недели или декады. При составлении планового меню учитываются квалификация поваров, потребительский спрос, возможности снабжения сырьем и сезонность сырья, техническое оснащение предприятия.

*Вторым и основным этапом* оперативного планирования является составление плана-меню.

План-меню составляется заведующим производством или техником-технологом накануне планируемого дня (не позднее 15 ч) и утверждается директором предприятия.

В нем приводятся наименования блюд, номера рецептов и количество блюд с указанием сроков приготовления их отдельными партиями с учетом потребительского спроса.

К основным факторам, которые необходимо учитывать при составлении меню, относятся: примерный ассортимент выпускаемой продукции, рекомендованный для предприятий общественного питания в зависимости от его типа и вида предоставляемого рациона, наличие сырья и его сезонность.

Примерный ассортимент блюд (ассортиментный минимум) - это определенное количество наименований холодных блюд, горячих блюд, напитков, характерных для различных предприятий общественного питания (ресторанов, столовых, кафе и т. д.).

Примерный ассортимент выпускаемой и реализуемой продукции для столовых приведен в табл. 1.

№	Наименование блюд и изделий	Ассортимент выпускаемой и реализуемой продукции для столовых со свободным выбором блюд				
		для общедоступных столовых			для столовых при учреждениях	
		завтрак	обед	ужин	завтрак	обед
1	Холодные блюда и закуски: из рыбы; из мяса и мясных гастрономических продуктов; из домашней птицы; салаты и винегреты	3	4	3	3	4
2	Молоко и молочнокислые продукты: сыры; масло сливочное; молоко, кефир, простокваша, ряженка	3	3	3	3	3
3	Супы: прозрачные (бульоны с пирожками, кулебяками, профит ролями и др.); заправочные (борщи, щи, рассольники и		3	1		2

	др.); молочные (с крупами, макаронными изделиями, овощами); холодные супы (окрошки, борщи, свекольники, ботвинья): сладкие супы из ягод и фруктов					
4	Вторые горячие блюда: рыбные, мясные, из домашней птицы, овощей, грибов, круп, бобовых, макаронных изделий, из яиц и творога, мучные	2	5	3	2	4
5	Сладкие блюда: компоты, кисели, муссы, желе, фрукты и ягоды натуральные	1	2	1	1	2
6	Горячие напитки: чай, кофе, какао	2	2	2	2	1
7	Холодные напитки (собственного производства): из лимонов, апельсинов, ягод и фруктов; соки	1	2	1	1	1
8	Мучные кулинарные- и кондитерские изделия: кулебяки, пирожки печеные, жареные с разными начинками, булочки, сдобы, пирожные	4	5	3	3	4

Количество отдельных видов блюд каждой группы, напитков и мучных кондитерских изделий устанавливается в плане-меню на основе прошедшего опыта работы предприятия, с учетом характера потребительского спроса. Форма плана-меню приведена ниже.

**При составлении перечня меню придерживайтесь простых правил:**

1. Наименования блюд пишите четко, исключайте сокращения в названиях. Оно должно быть четко отпечатано на хорошей бумаге. Нужно правильно подобрать размер шрифта, пробелы между буквами и словами.

2. В меню должна содержаться четкая информация о предприятии - его наименование, конкретная дата, список блюд, выход порции в граммах и цена. Ставьте подписи директора, зав. производством, экономиста по ценам, которые заверьте печатью предприятия.

3. Все блюда в меню пишите в последовательности, соответствующей порядку приема пищи. Фирменные и порционные блюда в общем меню выделите в особый раздел. Количество блюд и напитков берите в соответствии с ассортиментным минимумом. Лучше включайте больше сезонных блюд.

4. Все блюда в списке должны быть в наличии в течение всего времени работы предприятия. При составлении меню смотрите, чтобы оно было разнообразным по видам сырья (рыба, мясо, овощи), а также по способу тепловой обработки (отварные, жареные, тушеные, запеченные продукты). Гарнир правильно сочетайте с мясом, рыбой и т.д.

5. Учитывайте сезонность потребления. В меню всю продукцию располагайте от менее острой к более острой. Соблюдайте очередность блюд. Сначала пишите продукты припущенные, вареные, а затем жареные и тушеные. Учитывайте порядок расположения закусок в меню в зависимости от очередности подачи.

6. Первыми указывайте холодные закуски — овощные, рыбные, мясные. Затем пишите горячие закуски, первые блюда (бульоны, горячие супы, пюреобразные, холодные), вторые блюда (рыбные, мясные, из овощей, яиц, молочных продуктов, мучные).

Учитывайте порядок написания в зависимости от технологии приготовления и подачи.

7. Основными показателями при составлении **плана-меню**, являются следующие позиции:

Наименование блюда.

Номер рецептуры блюда.

Количество блюд которое планируется к приготовлению. Срок приготовления отдельных партий блюд с учетом потребительского спроса и графика реализации блюд по часам работы предприятия общественного питания. Фамилия повара, ответственного за приготовление блюда.

8 Обязательным условием при составлении плана является—ассортимент разнообразных блюд по дням недели, широкий выбор блюд для посетителей на каждый день в пределах ассортимента.

9. Не допускается сокращение количества наименований блюд и закусок, предусмотренных при составлении Плана-Меню. Допускается расширение ассортимента блюд в **План-Меню**, за счет сезонных, фирменных блюд и блюд из новых продуктов.

10. Обязательно при определении ассортимента блюд, которые вы включаете в **План – Меню**, необходимо учитывать квалификацию поваров работающих на вашем производстве, мощность производства и его оснащенность торгового – технологическим оборудованием.

Необходимо отметить, что главным назначением **Плана-Меню** на предприятиях общественного питания - это общее определение всего количества блюд необходимого для приготовления и требуемых для этого продуктов. На основании **Плана-Меню** и остатка продуктов на производстве определяется суточная потребность в недостающих продуктах и выписывается требование в кладовую.

**Последовательность расположения закусок, блюд в меню.**

1. Фирменные закуски, блюда и напитки.
2. Холодные блюда и закуски:
  - 2.1. Икра зернистая лососевых и осетровых рыб.
  - 2.2. Рыба малосольная (семга, лососина с лимоном).
  - 2.3. Рыба соленая (копченая).
  - 2.4. Рыба отварная.
  - 2.5. Рыба заливная.
  - 2.6. Рыба под маринадом.
  - 2.7. Рыба под майонезом.
  - 2.8. Рыбная гастрономия и закусочные консервы.
  - 2.9. Сельдь натуральная с гарниром, рубленая.
  - 2.10. Нерыбные продукты моря.
  - 2.11. Свежие овощи натуральные.
  - 2.12. Салаты и винегреты.
  - 2.13. Мясная гастрономия.
  - 2.14. Мясо отварное, заливное.
  - 2.15. Птица и дичь холодные.
  - 2.16. Закуски из овощей и грибов.
3. Кисломолочные продукты.
4. Горячие закуски:
  - 4.1. Рыбные и из нерыбных продуктов моря.
  - 4.2. Мясные.
  - 4.3. Из субпродуктов.
  - 4.4. Из птицы и дичи.
  - 4.5. Яичные и мучные.
5. Супы:
  - 5.1. Прозрачные.
  - 5.2. Пюре образные.
  - 5.3. Заправочные
6. Вторые блюда:
  - 6.1. Рыба отварная и припущенная.
  - 6.2. Рыба жареная.
  - 6.3. Рыба тушеная и запеченная.
  - 6.4. Блюла из котлетной (рыбной) массы.
  - 6.5. Мясо отварное и припущенное.
  - 6.6. Мясо жареное.
  - 6.7. Мясо в соусе.
  - 6.8. Мясо тушеное и запеченное.
  - 6.9. Субпродукты жареные.
  - 6.10. Блюда из рубленого мяса и котлетной массы.
  - 6.11. Птица отварная, припущенная.
  - 6.12. Птица фаршированная.
  - 6.13. Птица и дичь жареная.
  - 6.14. Блюда из тушеной птицы.

- 6.15. Блюда из рубленой птицы.
- 6.16. Блюда из овощей (отварных, припущенных, жареных, тушеных).
- 6.17. Блюда из круп, бобовых, макаронных изделий, мучные.
- 6.18. Блюда из яиц и творога.
- 7. Сладкие блюда:
  - 7.1. Горячие (суфле, пудинги и др.).
  - 7.2. Холодные (компоты, кисели, желе и др.).
- 8. Горячие напитки (чай, кофе, какао, шоколад и др.).
- 9. Холодные напитки и соки.
- 10. Мучные кондитерские изделия (пирожные, торты, кексы и др.).
- 11. Хлеб.

**2.Выполните практическое задание**

- 1.Подготовьте план - меню для своего структурного подразделения по унифицированной форме ОП-02.
- 2.Подготовьте план - меню обеда для своего структурного подразделения

### Лабораторная работа 3

#### Принципы составления меню предприятия. Правила и техника подачи блюд и напитков.

**Цель работы:** ознакомиться с правилами и техникой подачи блюд и напитков, принципами составления меню.

##### Теоретическая часть

В ресторанной практике в зависимости от квалификации официанта и от заданного уровня обслуживания применяют следующие способы подачи закусок, блюд и напитков:

- порционная подача блюд;
- «в обнос» (французский способ) - с переключением заказного блюда на тарелку гостю с помощью специальных приборов;
- «в стол» - русский способ - с расстановкой заказных блюд (несколько порций в одной посуде) на обеденном столе;
- предварительное переключением закусок и блюд на тарелки гостей на подсобном или приставном столе (английский способ).

При порционной подаче блюд повара на раздаче оформляют каждую порцию отдельно в посуде индивидуального пользования. Подача индивидуальной порции каждому гостю производится с правой стороны правой рукой.

Таким способом в ресторанах подают холодные закуски в закусочных тарелках, горячие закуски в кокетницах, кокильницах, супы в глубоких тарелках и бульонных чашках, горячие блюда в мелких столовых тарелках, десерты в креманках.

Порционный способ подачи не требует особого мастерства и высокой квалификации официантов.

Способ подачи блюд «в обнос» применяется в основном на банкетах за столом с полным обслуживанием. Обслуживание посетителей этим способом происходит только с левой стороны от гостя. «В обнос» можно подавать холодные и горячие закуски, основные горячие блюда, некоторые сладкие блюда, фрукты, хлебобулочные и кондитерские изделия.

Способ подачи блюд «в стол» широко применяется при обслуживании, как правило, семейных обедов, свадеб, новогодних вечеров и туристическом обслуживании.

При этом способе все холодные и горячие закуски, блюда и десерты выставляют на обеденный стол вместе с приборами для переключением блюд в тарелки гостя. Переключением блюд сами гости, официант лишь оказывает им помощь.

Холодные закуски и блюда ставят на стол одновременно в начале банкета, а горячие — последовательно. Официант, прежде чем подать очередное блюдо, убирает использованную посуду и приборы и вновь сервирует стол.

Таким способом удобно подавать хлеб в хлебной корзине на группу гостей, рыбные и мясные ассорти на фарфоровых блюдах, суп в супнице при обслуживании семейных обедов, соусы в соусниках, пирожки и бутерброды на подносах, мясные рагу в баранчиках, торт на вазе «плато», фрукты в вазе.

Горячие напитки - кофе и чай - подают, соответственно, в кофейниках и чайниках, а также в самоварах; напитки из буфета - в бутылках, графинах, кувшинах.

*Английский способ* заключается в том, что официант сначала показывает принесенное с раздачи блюдо гостю (с левой стороны), а затем с его разрешения переключением блюдо в тарелку на подсобном (приставном) столике и только после этого подает. Так порционируют салаты, супы, горячие соусные и запеченные блюда, а также другие блюда сложной раскладки.

Меню – это ассортиментный перечень закусок, блюд и напитков предприятия питания.

Меню ресторана и других предприятий питания – это не просто перечисление блюд, это визитная карточка предприятия, одно из средств рекламы, поэтому внешний вид меню должен производить самое благоприятное впечатление на гостей. Оформление меню определяется типом, классом и тематической направленностью предприятия. В верхней части меню заказных блюд рекомендуется дать краткую информацию о режиме работы предприятия. Информацию о блюдах и напитках можно дополнить рисунками или фотографиями. Бланки меню всегда должны быть в хорошем состоянии. Для удобства обслуживания иностранных туристов меню должны быть подготовлены на английском, французском и немецком языках.

Помещаются меню в специально изготовленные папки и раскладываются официантами на столы. На предприятиях с самообслуживанием меню печатается на компьютере, вкладывается в соответствующую рамку и вывешивается на видном и доступном месте.

При составлении меню в отечественной практике сложилась следующая последовательность блюд и напитков:

1. Фирменные закуски, блюда и напитки.
2. Холодные закуски и блюда:
  - а) рыбные: икра зернистая осетровых и лососевых рыб, икра паюсная, рыба малосоленая (семга, кета, балык), рыба отварная, заливная, фаршированная, под маринадом, под майонезом, рыбная гастрономия, закусочные консервы (рыба холодного и горячего копчения, шпроты, сардины), сельдь натуральная, нерыбные продукты моря;
  - б) салаты и винегреты;
  - в) мясные: мясо отварное, заливное, фаршированное, шпигованное, жареное, мясная гастрономия (колбасы, копчености), птица и дичь холодные, блюда и закуски из субпродуктов;
  - г) овощные и грибные: свежие и консервированные овощи;
  - д) кисломолочные: сыры, сливочное масло и т.п.
3. Горячие закуски: рыбные, из нерыбных продуктов моря, мясные, из субпродуктов, из птицы и дичи, овощные и грибные, яичные и мучные.
4. Супы: прозрачные, заправочные, пюреобразные, молочные, холодные, сладкие.
5. Горячие блюда:
  - а) рыба отварная, припущенная, фаршированная, жареная, тушеная, запеченная;
  - б) мясо отварное, припущенное, жареное, в соусе, тушеное и запеченное;
  - в) субпродукты отварные, жареные, в соусе;
  - г) блюда из рубленого мяса и котлетной массы;
  - д) птица отварная, припущенная, фаршированная, жареная, тушеная;
  - е) блюда из рубленого мяса птицы;
  - ж) блюда из овощей и грибов (отварных, припущенных, жареных, тушеных);
  - з) блюда из круп, бобовых, макаронных изделий, мучные;
  - и) блюда из яиц и творога.
6. Сладкие блюда:
  - а) горячие: пудинги, запеканки, суфле, яблоки жареные в тесте, гурьевская каша;
  - б) холодные: компоты, кисели, желеобразные блюда, мороженое;
  - в) фрукты и ягоды натуральные, в сиропе;
7. Горячие напитки: чай, кофе, какао, шоколад.
8. Холодные напитки: из фруктов и ягод, коктейли безалкогольные.
9. Мучные кулинарные и кондитерские изделия.
10. Хлеб ржаной, пшеничный.

Салаты, в зависимости от исходного сырья, могут быть включены в соответствующую группу холодных закусок: рыбные – после закусок и блюд из рыбы, мясные – после закусок из мяса.

В специализированных предприятиях меню начинают с блюд и напитков, характерных для данного предприятия (в барах – с коктейлей, в специализированных предприятиях – с характерных для них блюд: в чайных – с чая, в чебуречных – с чебуреков, в шашлычных – с шашлыков, в пельменных – с пельменей).

В ресторанах для повышения качества обслуживания потребителей составляют разные виды меню:

1. *Меню фирменных блюд* - это каталог шеф-повара. Сюда включают дорогие эксклюзивные блюда, рецепты, приготовление которых известны, как правило, только в этом ресторане.
2. *Меню заказных блюд* – это меню со свободным выбором блюд, оно состоит из широкого ассортимента разнообразных закусок, супов, горячих и сладких блюд. В меню указываются порционные блюда и индивидуальная цена на каждое из них. Все блюда, включаемые в заказное меню, готовят по индивидуальным заказам и подают через 15-20 мин.
3. *Меню дежурных блюд* – это меню дневных блюд. Его составляют для быстрого обслуживания потребителей, располагающих ограниченным запасом времени. В это меню включают блюда популярные, несложного приготовления, которые удобны для реализации и отпуска.
4. *Меню скомплектованных обедов* – это меню широко применяется при массовом обслуживании в дневное время. Служит средством привлечения в ресторан дополнительных контингентов потребителей, так как цена комплексного обеда, как правило, имеет небольшую



скидку и округленное значение, что удобно при окончательном расчете. В настоящее время комплексные обеды называют на иностранный манер «бизнес-ланчами».

5. *Меню дневного рациона* – это меню составляется в ресторанах для участников съездов, конференций, туристов и др. Особенно актуальным меню дневного рациона является для ресторанов при гостиницах. Питание, предлагаемое по этому меню, может быть двух-, трех- и четырехразовым. При составлении этого вида меню учитывают стоимость рациона, особенности обслуживаемого контингента потребителей (возраст, национальность, профессия и др.) и современные требования рационального питания. При подборе блюд принимают во внимание калорийность, правильное сочетание продуктов по содержанию белков, жиров, углеводов, витаминов и минеральных веществ.

6. *Меню банкетов* – этот вид меню отличается от других тем, что в его составлении активное участие принимает заказчик. Меню банкета составляется в каждом конкретном случае при приеме заказа на банкет с учетом его вида, формы обслуживания и пожеланий заказчика.

7. *Специальные меню* – это меню, составленное для специальных категорий граждан или для определенных праздников. Например, диетическое меню, детское меню, меню для вегетарианцев, меню для спортсменов, меню постных дней, масленичное меню и т.д.

### **Практическая часть**

Студенты в ходе ролевой игры должны овладеть техникой подачи закусок, блюд и напитков. Студентам предлагается составить и оформить разные виды меню (меню бизнес-ланча, меню банкета) в тетради.

### **Контрольные вопросы**

1. Какие существуют правила подачи супов?
2. Как подают блюда из мяса (на примере двух-трех наименований)?
3. Как подают блюда из рыбы (на примере двух-трех наименований)?
4. Какие существуют правила подачи сладких блюд и горячих напитков (приведите примеры)?
5. Какие виды меню разрабатывают?
6. Каково назначение меню и основные требования к его оформлению?
7. Каков порядок расположения блюд в меню?

## Лабораторная работа 4

### Анализ основных показателей и принципов составления меню

Цель: провести анализ основных показателей и принципов составления меню.

Для описания ассортимента блюд в меню используют следующие основные показатели:

*Структура* – наличие ассортимента кулинарной продукции, соответствующего типу предприятия.

*Широта* – число изготавливаемых ассортиментных групп.

*Полнота* (насыщенность) – число ассортиментных позиций во всех ассортиментных группах.

*Гармоничность* – степень близости производимых блюд с точки зрения потребителя или каких-то других факторов.

*Рациональность* – ассортимент продукции, удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают наилучшее качество жизни.

Для разработки критериев оценки единичных показателей рекомендуется использовать трехбалльную шкалу с оценками «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» (соответственно «4», «3», «2» балла).

Основными принципами составления меню являются:

*Совместимость* – принцип, определяющий пригодность продукции, процессов или услуг к совместному использованию без утраты функционального и социального назначения.

*Взаимозаменяемость* – принцип, основанный на способности одних объектов заменять другие для выполнения одного и того же функционального назначения.

*Экономичность* – принцип, заключающийся в рациональном расходовании продуктов питания. Проявляется в определении количественных характеристик блюд, исходя из удовлетворения потребностей заказчиков разных возрастных категорий и в разное время суток.

*Последовательность расположения блюд* – принцип, определяющий систему расположения блюда или их групп в определенной последовательности.

*Последовательность выполнения:*

Для анализа обучающийся должен использовать действующее меню предприятия питания, на котором была пройдена практика (учебная, производственная), что поможет осознанному выполнению задания, имеющему практическую значимость.

1. Прежде всего, необходимо охарактеризовать предприятие общественного питания:

– название предприятия, его тип;

– характер организации производства (предприятие с полным циклом производства, доготовочное, раздаточного типа);

– характеристика предприятия в соответствии с ГОСТ 30389–2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» (ассортимент, обслуживаемый контингент, методы и формы обслуживания, время функционирования);

– состав производственных и складских помещений (одним из факторов формирования меню является структура предприятия);

– наличие теплового технологического оборудования (материально-техническое обеспечение влияет на специализацию предприятия).

2. Выполните анализ основных свойств меню, с полным описанием рассуждений. Оцените каждое свойство с помощью показателя по трехбалльной шкале, ответы внесите в таблицу 1.

Таблица 1

Показатель	Структура	Широта	Полнота	Гармоничность
Оценка				

3. Определите коэффициенты весомости каждого показателя меню, основываясь на личном мнении и опыте, которые получены в процессе прохождения практики, а также мнении посетителей предприятия. Опишите Ваши рассуждения, заполните таблицу ранга (2):

Таблица 2

Показатель	Структура	Широта	Полнота	Гармоничность
Коэффициент весомости				

4. Определите фактическое абсолютное и относительное значения комплексного коэффициента рациональности, используя данные таблиц 1,2. Пример расчёта коэффициента рациональности приведен в теме 2.1 «Характеристика товарного ассортимента и принципов составления меню».

5. Найдите подтверждение (или отсутствие) соответствия анализируемого меню принципам совместимости, взаимозаменяемости и экономичности, ответ аргументируйте, приведите примеры.

6. Проверьте последовательность расположения блюд в меню. В случае обнаружения ошибок представьте правильный вариант расположения блюд в меню.

7. Разработайте мероприятия по оптимизации меню предприятия.

8. Сделайте вывод о проделанной работе.

#### ***Вопросы для самопроверки***

1. Перечислите основные показатели меню.

2. Раскройте сущность принципов взаимозаменяемости и экономичности меню.

3. Объясните, каким образом правильная последовательность расположения блюд в меню влияет на имидж заведения.

## Лабораторная работа 5

### Меню как маркетинговый инструмент

Цель: провести анализ сбалансированности меню концепции предприятия общественного питания

ABC анализ основан на законе Парето (Закон Парето, или Принцип Парето, или принцип 20/80 — эмпирическое правило, названное в честь экономиста и социолога Вильфредо Парето, в наиболее общем виде формулируется как «20 % усилий дают 80 % результата, а остальные 80 % усилий — лишь 20 % результата»).

В ресторанном бизнесе используется трансформированная модель Парето и вводятся три группы анализа ассортимента меню:

Группа А – 50% выручки заведения в месяц

Группа В – 30% выручки заведения в месяц

Группа С – 20% выручки заведения в месяц

ABC анализ призван реализовать следующие возможности увеличения объема продаж блюд в ресторане:

- выявить позиции – лидеры и позиции – аутсайдеры;
- определить целесообразность расходования денежных средств на закупку сырья (продуктов) для блюд, которые продаются мало;
- регулировать ценообразование в меню в сторону усмирения или увеличения отпускной цены;
- выявить позиции (из группы С), которые следует вывести из меню;
- выявить позиции, которые стоит ввести в меню;
- выявить пересекающиеся по сырьевому набору блюда. Чем больше таких блюд – тем меньше издержки на их производство.

ABC анализ – один из самых эффективных инструментов ценообразования и анализа продаж в ресторане. Его эффективное использование может увеличить выручку заведения с существующим потоком гостей на 30-40%

Типы и виды ABC анализа

ABC анализы меню делятся на:

- групповые (по товарным группам)
- валовые (по выручке)
- маржинальные (по марже)
- с привязкой к временным периодам.

Групповые ABC анализы призваны выявить потребительский спрос на отдельные группы блюд: - блюда бизнес-ланча (в случае возможности выбора блюд по специальному меню);

- спиртные напитки;
- блюда основного меню (вечерняя торговля);
- банкетные и фуршетные блюда;
- кондитерские изделия и десерты;
- суши (другая группа аутентичных блюд);
- сорта и марки напитков (например – водка, пиво, виски и т.д.)

Валовый ABC анализ – анализ статистики продаваемости блюд по выручке.

Маржинальный ABC анализ – сортировка блюд по трем группам по марже (денежном выражении наценки)

ABC анализ с привязкой к временным периодам – анализ, который преследует цели оценки продаж определенного периода времени (дни недели, отдельные часы, месяцы в году). Как правило, анализ короткого периода требует анализа чеков и ручной выгрузки из АСУ (автоматизированной системы управления) ресторана.

Каждый отдельный ABC – анализ дает четкое понимание того, какие управленческие решения нужно принимать в вопросах ассортиментной политики.

2. Алгоритм проведения ABC анализа

3. ABC анализ производится методом выгрузки данных из бек-офиса АСУ ресторана (Store House, продукты на базе 1С, iiko и другие).

Данные по отчетам продаж (как правило, за 1 месяц) выгружаются в таблицу Excel.

4. Рисунок 1. Пример ABC анализа ресторана.

Код	Наименование	Ед. изм.	Кол-во	Закупка, руб.	Продажа, руб.
1410	Баранина "Велюте" 100гр	Порция	672,80	80598,17	301545,90
1160	Мраморная говядина 100гр	Порция	429,70	57411,04	220442,90
1120	Мешано мясо	Порция	99,00	44279,07	202290,00
1511.2	Стейк"По-Тиханьски"	Порция	174,00	28211,74	125100,00
1340	Свинина "Дебрецен"за	Порция	517,50	31735,73	124682,50
530	Гигантские мидии за 100гр	Порция	534,60	17619,66	119717,30
160	Микс мясной	Порция	168,00	26282,01	110705,00
10	Микс рыбный	Порция	166,50	25260,43	110005,00
420	Салат"Олигарх"	Порция	191,00	26082,06	103654,50
1491.2	Барабулька черномор.100гр	Порция	655,70	18156,16	99176,00
19730	Вертел"Гайдука" 100гр	Порция	449,10	18789,69	94386,60
1390	"Людовик XIV" 100гр	Порция	395,70	21754,83	87902,55
1200	Мешано рыба"Фотонерош"	Порция	43,00	18925,80	87340,00
410	"Буффало"	Порция	201,00	19616,99	77900,00
1110	Семга "По-болгарски"	Порция	174,00	16466,51	70791,00
19050	"Морс черн.смородина"1л	л	327,00	9417,13	69401,50

5.

После выгрузки статистики продаж за месяц в эксель, проводится сортировка по убыванию столбца «Сумма» или «Продажа, руб.» Затем, оборот заведения делится пополам и получается сумма равная 50% оборота – группа А. 30% выручки заведения – группа В. Курсором мышки выделяется ячейка с первой суммой, соответствующей позиции первого блюда и «тянется» вниз по столбику до момента, пока внизу страницы Excel не появится сумма максимально соответствующая сумме, равной 50% месячного оборота. Столбец сверху и до данной ячейки выделяется желтым цветом. Мы сформировали группу А. Следующая ячейка за последней в группе А – точка отсчета группы В. Таким же образом выделяем группу В – до суммы, соответствующей 30% оборота. Выделяем синим цветом. Оставшаяся группа – группа С.

6. Приводим полностью ABC анализ ресторана.

Код	Наименование	Ед. изм.	Кол-во	Закупка, руб.	Прод. руб.
1410	Баранина "Велюте" 100гр	Порция	672,80	80598,17	301
1160	Мраморная говядина 100гр	Порция	429,70	57411,04	220
1120	Мешано мясо	Порция	99,00	44279,07	202
1511.2	Стейк"По-Тиханьски"	Порция	174,00	28211,74	125
1340	Свинина "Дебрецен"за 100г	Порция	517,50	31735,73	124
530	Гигантские мидии за 100гр	Порция	534,60	17619,66	119
160	Микс мясной	Порция	168,00	26282,01	110
10	Микс рыбный	Порция	166,50	25260,43	110
420	Салат"Олигарх"	Порция	191,00	26082,06	103
1491.2	Барабулька черномор.100гр	Порция	655,70	18156,16	99
19730	Вертел"Гайдука" 100гр	Порция	449,10	18789,69	94
1390	"Людовик XIV" 100гр	Порция	395,70	21754,83	87
1200	Мешано рыба"Фотонерош"	Порция	43,00	18925,80	87
410	"Буффало"	Порция	201,00	19616,99	77
1110	Семга "По-болгарски"	Порция	174,00	16466,51	70
19050	"Морс черн.смородина"1л	л	327,00	9417,13	69
22680	Соленья домашние	Порция	292,50	15365,04	69
22550	Кебаб по-Арнаутски	Порция	238,00	17284,09	69
1570	Язык "По-тираспольски"	Порция	155,50	17685,57	68
16490	Дьер	Порция	150,00	18675,17	67
910	"Тирамиссу" 100гр	Порция	349,40	14463,61	66
16110	"Царска-салата"	Порция	352,00	13656,53	66
22710	Менажница сырная	Порция	126,50	16260,36	65
590	"Мадьярский гуляш"	Порция	257,50	16243,80	64
19710	Салат"Макойский"	Порция	253,00	15744,55	64
390	Салат"Цезарь" с курицей	Порция	232,50	13918,92	62
22910	Утка"По-Колошварски" new	Порция	129,00	15005,95	61
350	Салат"Младен"	Порция	301,00	15609,88	60
1140	Семга "Веленце" 100гр	Порция	223,40	14140,22	59
40	"Балатон"	Порция	197,00	15211,04	59
1223.1	Компот из ягод	Порция	986,50	9490,78	59
4150	Суп-лапша куриная	Порция	322,50	5993,48	56
180	Микс из овощей	Порция	186,50	13473,57	50
400	Салат"Цезарь" с креветк.	Порция	165,00	13700,42	50
238.2	Суп"Шурва"	Порция	214,00	12343,21	50
290	Салат"Шопский"	Порция	285,00	8805,96	50
930	Штрудель с вишней 100гр	Порция	522,90	12413,05	50
1180	Раблогуш "Швабский" 100гр	Порция	292,90	12110,44	48
280	Салат"Деревенский"	Порция	203,00	9711,31	44
360	Салат"Дравский"	Порция	198,50	7902,51	43
20	Сельдь с картофелем	Порция	230,50	8316,00	39
2103.0	Филе карпа с овощами100гр	Порция	176,80	9890,84	37
347.3	Болгарская рулька за 100г	Порция	255,00	9029,78	37
241.2	Печень индейки с инжиром	Порция	129,00	8573,72	37
1420	Под-ка к "Велюте"	Порция	233,00	10249,87	37
860	"Чиз Кейк" 100гр	Порция	229,30	8040,13	36
1400	Под-ка для "Людовика"	Порция	147,00	9294,61	35
220	Мадьярское сало	Порция	182,00	7308,00	34
2150	Гювеч	Порция	160,00	6626,16	33
2040	Хлеб ржаной	Порция	1100,00	4826,82	31
586.1	Пырленка со шпинатом	Порция	219,50	4294,35	31
2290	Ананасовый 350мл	Порция	71,50	6376,49	30
70	Язык отварной с хреном	Порция	111,70	6292,40	29
500	Кашпане	Порция	153,00	6355,07	28
1010	Виноград 100гр	Порция	400,60	5332,82	27
1360	Семга "Адриатика"	Порция	8,50	6195,84	25
19850	Венгерские колбаски100гр	Порция	111,40	5915,53	24
2010	Хлеб белый с кунжутом	Порция	630,00	5670,00	23
2170	Креветка королевская	Порция	102,00	6352,82	23
1950.0	Пырленка с сыром	Порция	178,00	3969,53	23
320	Салат из св.ов.(масло)	Порция	129,50	4195,27	22
1441.2	"Варна-краса"	Порция	41,00	5740,09	21
342.1	"Брауни-Чиз Кейк"	Порция	118,00	4121,34	21

#### 4. Выводы по ABC анализу

комендации по составлению меню и ценообразованию, пример рассуждения.

1. Группа С перегружена. Слишком много позиций.

Рекомендация: Вывести те позиции, которые приводят к наличию лишнего сырья на складе и способствуют списаниям. Повара вечно сетуют на отсутствие холодильного пространства – в том числе по этой причине. Увеличивая объем продаж позиций группы А сырье для них будет просто негде держать. Те позиции, которые являются специалитетами ресторана, т.е. пользуются особой популярностью у завсегдатаев – повесить на них цену на 25%. Те блюда, которые продаются реже, чем 3 раза в день должны стоить дороже

2. Все холодные закуски и салаты должны быть приведены к двум весам: 200 и 280 или 300 грамм. Первые – помогают продавать больше супов и горячего (за счет малого выхода), вторые – для тех у кого есть деньги кто любит есть обильно. Разброс в 10-30 грамм по салатам создает сложности в учете и поле для недовложений поварами. Следует купить весы и поставить их в зоне раздачи, так, что бы официант (он – главное заинтересованное лицо) мог взвесить свое блюдо перед отдачей в зал. Два веса контролировать проще, чем 22

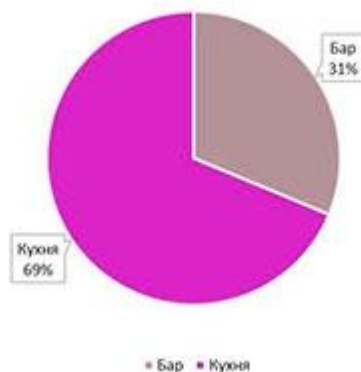
3. Супы предлагается ввести двух видов – порция и половпорции. Порция – 380 мл. Полпорции – 170 мл. На супах всегда хорошая оценка, а едят их мало по двум причинам: высокая цена и предпочтение горячего/салата супу. Для стимулирования спроса – следует ввести два веса. Доказательство тому – ни одного супа в группе В и лидер продаж – куриная лапша. Во- первых – не очень дорого, во – вторых – 250 грамм выход.

4. Один из салатов должен стоить не дороже 160 рублей. Нельзя создавать конкуренцию между блюдами в меню. Часто люди выбирают вместо салата за 180 рублей (самый дешевый) самый дешевый суп (суп-лапша) или горячее блюдо (барабулька за 160 рублей). Нужно либо ввести дешевый салат, либо поднять цену на суп. Предпочтительно – первое.

#### Практическое задание

1 Провести анализ концепции ресторан

Соотношение выручки бара и кухни



Что мы знаем о своём ресторане?

Правило двух равносторонних треугольников - концепция заведения=концепция меню;

«Концепт-файл» ресторана: кто мы, кто наши гости, кто наши конкуренты, соотношение концепта с ожиданием гостей?

Конкурентные стратегии:

Исследования и создание карты торговой территории;

Оценка потенциала конкурентного окружения;

Исследования методом посещения;

Изучение работы, объёмов продаж, ценовой политики и т.д.;

Как «отстроиться» от конкурента – выбор концепции заведения: аудитория, средний чек и только потом кухня;

Правильное позиционирование ресторана;

Продукт-менеджмент: как создать продукт (меню, услугу), соответствующую ожиданиям гостей;



Кто наш гость? Пишем параметры, что нужно знать о госте;

Ранжирование целевых групп гостей: классификация аудитории ресторана, мотив посещения, повод посещения, средний чек, возраст и гендерный признак, время пребывания/частота посещения, гастрономические предпочтения;

Коммуникационные концепции ресторана. Обратная связь (фидбек) гостей. Стимулирование посещения;

Ядро аудитории ресторана - кто наши ключевые гости?

**Практический час** Провести анализ меню на соответствие – «Является ли Ваше меню – продающим?»

2 Провести ABC-анализ сбалансированности меню

**Баланс по ABC-анализу:**

Зафиксировать хиты и обозначить аутсайдеров;

Проанализировать цены и поработать с себестоимостью;

Понять, что продвигать, а что продаётся само;

Какие блюда можно ввести с меню, а какие лучше исключить;

Каких аутсайдеров лучше убрать?

Оцениваем маржу, оборотное количество и себестоимость;

Узнаём кто любит эти блюда;

Возможна ли замена «плохо-оборачиваемых» ингредиентов и их продукт-кроссинг?

Метод – «размер блюда», формула по количеству блюд на человека и правило «необходимость наличия»;



## Лабораторная работа 6 Разработка нового меню

Цель: на основе данных, полученных из практической работы №5 разработать новое меню  
**Алгоритм разработки нового меню.**

Выработка критериев плана меню - составление перечня разделов, вывод общего числа блюд, наполнение разделов/групп меню/или по иным направлениям, соблюдение сочетаемости, концептуальное единство отвечающее стилистике, дизайну и предлагаемой кухне;

Отсутствие блюд-конкурентов и одиночного сырья;

Структура меню, обеспечивающая максимальный заказ;

Основные типы меню. Сезонные предложения и акции, другие меню;

Логика в размещении блюд и дополнительной информации в меню;



### Дизайн-макет меню:

Основные принципы дизайн и семантики эффективного меню:

Выработка графического стиля, оформления и цветовой гаммы;

Выработка читаемого шрифта, разработка формата листа, количества страниц;

Разработка концепции и стиля носителя меню, разработка дизайн-макета и оформления носителя меню, работы в векторных программах;

Совмещение конструктива и размера меню, маркетинговой составляющей, правил составления меню с дизайн-макетом;

Общие типичные ошибки при составлении и конструировании меню и их решения (лёгкость обновления);

Удобство навигации - продающее оформление меню, фото-меню или текст: за и против, выборка и обработка фотографий;

### Удачное название вернёт гостя или как Вы яхту назовёте, так она и...

Грамотность в написании блюд;

15 правил описания блюд в меню.

Min – Max - взаимосвязь речевых оборотов и величины среднего чека. Информация как способ стимуляции среднего чека.

Названия блюд в меню - путь к растущим продажам: вкусные и невкусные термины, взаимосвязь названия в цепочке формат заведения и предпочтения ЦА.

**Практический час.** Блюда с названиями VS Блюда без названий.

### 2 Анализ структура БДР

Структура выручки и структура издержек, нормо-проценты;

Расчёта выполнения финансового плана - определение уровня необходимого среднего чека;

**ABC – анализ, как метод определения качества продаж**

Построение структуры меню на основе анализа продаж - анализ потока чек-заказов, ранжирование чеков, ABC-анализ на базе марочного отчёта;

### **Товарно-сырьевая матрица**

Построение товарно-сырьевой матрицы. Кроссинг продуктов. Анализ доступности сырья и закупочные цены;

Выработка рекомендаций по его оптимизации, включая удаление/добавление/изменение ассортиментных позиций;

The image shows a screenshot of a large spreadsheet, likely a 'Goods-raw material matrix'. The columns are color-coded: blue for product categories, red for ingredients, and green for various metrics. The rows are organized into sections, with yellow highlights for category headers. The data includes numerical values and checkboxes, representing the relationship between products and their raw materials.

### **Меню-инжиниринг, как метод управления меню**

Инжиниринг меню, как метод анализа показателей по кол-ву продаж блюд;

Маржинальная прибыль через призму себестоимости блюд по группам (закуски, салаты, супы, основные блюда, десерты и кондитерские изделия, напитки);

### **Формула food-cost**

Наценка – укладываемся ли мы в норму?

Документационное сопровождение: акты проработок, разработка ТТК, проработка блюд, расчёт буфетов (заборный лист) и банкетов, нормы отходов, технологические стандарты приготовления, алгоритмы заготовок, должностные инструкции и др.;

Точка контроля потерь денег - контроль себестоимости;

Работы по food-cost: примеры управления, утилизирующие блюда, сезонное управление и управление заготовками и консервированием;

Анализ F&B-cost (материальная себестоимость блюд и напитков) и полной себестоимости блюд (выработка повара/час, технологичность блюда, затраты электроэнергии и т.д.);

Система АСУ - учёт и контроль - постулаты при движении продукции;

### **Методы ценообразования**

Ценообразование на основе спроса/воспринимаемой ценности;

Конкурентное ценообразование;

Ценообразование путём наценки на основе себестоимости;

Метод валовой наценки или валовой прибыли;

Подход к проблеме повышения цен - эластичность спроса, или до какого предела можно поднимать/опускать цены.

### **Практическое задание**

- 1 Выполните описание исследуемых образцов сырья, результаты внести в таблицу 1.
- 2 Определите процент отходов и потерь для сырья по Сборнику рецептов.
- 3 Проведите контрольную проработку сырья с целью определения процента отходов при механической обработке.
- 4 Составьте схему технологического процесса механической обработки сырья.
- 5 Выполните необходимые технологические расчёты, оформите акт контрольной проработки.

Таблица 1 – Характеристика сырья

Показатель	Образец №1	Образец №2	Образец №3
Торговая марка			
Производитель			
<i>Маркировка продукта:</i>			
Объём, мл			
Масса нетто, г			
Масса нетто продукта, г			
Цена за единицу продукта, руб.			
Себестоимость 1 кг продукта, руб.			
<i>Контрольная проработка:</i>			
Масса нетто, г			
Масса нетто продукта, г			
Фактический процент отходов, %			

6 Выполните характеристику органолептических показателей качества (внешний вид, консистенция, цвет, вкус, запах), результаты внесите в таблицу 2.

Таблица 2 – Характеристика органолептических показателей сырья

Показатель	Образец №1	Образец №2	Образец №3
Торговая марка			
Производитель			
Внешний вид			
Консистенция			
Цвет			
Вкус			
Запах			

7 Выполните расчёт показателя фудкоста каждого образца в выручке предприятия, определите оптимальный вид сырья, заполнив таблицу 3.

Таблица 3 – Определение фудкоста образцов сырья

Показатель	Образец №1			Образец №2			Образец №3		
	брутто	цена	сумма	брутто	цена	сумма	брутто	цена	сумма
Калькуляция									
Выручка, руб.									
Себестоимость проданных порций, руб.									
Фудкост, %									

Сделайте вывод о проделанной работе, разработать мероприятия по снижению фудкоста сырья.

## Лабораторная работа 7 Разработка макета меню

Цель данного занятия – создать статический макет меню.

Теоретический материал. Меню – это лучший и важнейший маркетинговый инструмент продаж блюд. Ведь именно меню в конечном итоге, определяет тип целевой аудитории, квалификацию сотрудников вашего ресторана, перечень оборудования и многое другое. Всё это в комплексе будет определять продажи и прибыль предприятия. Начинающие рестораторы зачастую повторяют одну и ту же ошибку: уделяют слишком пристальное внимание вопросам интерьера, а меню разрабатывается по принципу «между прочим». А ведь создавать продающее меню лучше на этапе start-up. Ведь вам нужно продающее меню, которое будет продавать само себя, давать полную информацию о блюде и, соответственно, повышать средний чек

Грамотное оформление меню не менее важно, нежели его содержание. Должна быть разработана единая концепция и стиль, удобный и одновременно оригинальный формат носителя, комфортное и удобочитаемое размещение информации на страницах. А визуальная составляющая меню должна выглядеть по-особенному: вкусно, желанно и при этом соответствовать концептуальной сути ресторана.

**Процесс разработки продающего меню включает в себя следующие этапы:**



- 1 Аналитический этап и стратегия разработки;
- 2 Анализ экономических показателей меню и документации;
- 3 Разработка продающего меню;
- 4 Проработка блюд;
- 5 ART-проработка блюд;
- 6 Этап проверки блюд методом комплементов и тестирования;
- 7 Разработка текста меню, алгоритмов и документации;
- 8 Обучение персонала кухни новинкам в утверждённом меню
- 9 Анализ внешнего вида существующего меню
- 10 Дизайн-макет и оформление меню;
- 11 Внедрение меню в работу ресторана.

### Практическое задание

1 С использованием дизайнерской программы разработать макет меню ресторана, кафе, предприятия быстрого питания.