


Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Горюшкина Наталья Евгеньевна  
Должность: Заведующий кафедрой  
Дата подписания: 11.10.2023 23:40:50  
Уникальный программный ключ:  
0c4e58217fedf178aa710b029419a0ed18d83c52

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:

Заведующий кафедрой истории и  
социально-культурного сервиса

  
Н.Е. Горюшкина  
«30» 08 2023 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА  
для текущего контроля успеваемости  
и промежуточной аттестации обучающихся  
по дисциплине  
Информационные технологии в ресторанной деятельности  
(наименование дисциплины)

43.03.03 Гостиничное дело, профиль «Ресторанная деятельность»  
(код и наименование ОПОП ВО)

Курск – 2023

# 1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

## 1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ УСТНОГО ОПРОСА

### *№1. Информационное обеспечение процесса обслуживания в ресторанах.*

1. Роль информации в ресторанном бизнесе.
2. Средства информации об услугах общественного питания.
3. Характеристика общих средств информации.
4. Характеристика специфических средств информации.
5. Назначение и принципы составления меню.
6. Карта вин и каков принцип ее составления.
7. Особенности оформления меню и карты вин.

### *№2. Программное обеспечение бизнес-процессов ресторана.*

1. Развитие компьютеризации ресторанов в России.
2. Программы бухгалтерского учёта, складских операций и управления контрольно-кассовым оборудованием.
3. Популярные автоматизированные системы управления рестораном.
4. Преимущества и недостатки использования АСУ предприятием питания.
5. Характеристика АСУ «R-keeper» и «MICROS 3700».
6. Основные и дополнительные модули АСУ «R-keeper», их краткая характеристика.
7. Основные элементы комплексного унифицированного решения для ресторана или кафе.

### *№3. Информационный анализ рынка ресторанных услуг.*

1. Сущность информационного анализа рынка ресторанных услуг.
2. Способы сбора и обработки информации о рынке ресторанных услуг.
3. Конкуренция и ее проявления в ресторанной деятельности.
4. Процесс сбора информации о деятельности конкурентов.
5. Сбор информации о поведенческих признаках целевой аудитории ресторана.

### *№4. Информационное сопровождение деятельности ресторана.*

1. Цели предоставления информации о деятельности ресторана.
2. Современные каналы коммуникаций в ресторанном бизнесе.
3. Реклама в сети Internet как средство интернет-маркетинга.
4. Каналы электронной дистрибуции и коммерции ресторанных услуг.
5. Наиболее популярные социальные сети в России.
6. Преимущества использования социальных сетей в дистрибуции ресторанных услуг.
7. Способы дистрибуции ресторанных услуг.

### *№5. Информационный анализ инноваций в ресторанной деятельности.*

1. Приоритетные направления внедрения инновационных технологий в ресторанном бизнесе.
2. Характеристика распространенных мобильных и электронных сервисов ресторанного бизнеса.
3. Преимущества и недостатки внедрения инновационных технологий на предприятиях питания.
4. Преимущества и недостатки внедрения инновационных технологий на предприятиях питания.

5. Принцип действия интерактивного электронного меню (RK-Order).
6. Мобильный терминал и его функция.
7. Цель использования виртуальной карты гостя.
8. Инновации, не требующие больших финансовых затрат.

**№6. Правовое сопровождение деятельности ресторана.**

1. Роль нормативно-правового сопровождения в сфере общественного питания.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации и Федеральный закон «О защите прав потребителей», и их влияние на ресторанный деятельность.
3. Информация о сертификации ресторана потребителю ресторанных услуг.
4. Роль налоговой информации о ресторанной деятельности.

**№7. Моделирование информационной системы ресторана.**

1. Информационная система ресторана и ее назначение.
2. Роль информационной системы в ресторанах.
3. Ресторан как сфера применения информационных систем.
4. Система Smart Saloon.
5. Моделирование информационной системы ресторана.
6. Положительные и отрицательные последствия использования информационных систем в деятельности ресторана.

**№8. Профессионально ориентированные пакеты прикладных программ в ресторанах.**

1. Информационная поддержка коммуникационных процессов внутри коллектива ресторана.
2. Моделирование коммуникативного пространства.
3. Проблемно-ориентированный язык программирования.
4. Назначение калькуляционной карты.
5. Технологическая карта.

**№9. Информационные технологии в ресторанной деятельности: мировые тренды.**

1. Цифровизация ресторанной отрасли в мире.
2. Роль геймификация в стимулировании потребительского поведения.
3. Цифровой формат программ лояльности.
4. Онлайн бронирование столиков как мировой тренд.
5. Сервисы доставки.
6. Диверсификация ресторанной деятельности.

**Шкала оценивания:** 3 балльная.

**Критерии оценивания:**

**3 балла** (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если он демонстрирует глубокое знание содержания вопроса; дает точные определения основных понятий; аргументированно и логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ актуальными примерами (типowymi и нестандартными), в том числе самостоятельно найденными; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

**2 баллов** (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если он владеет содержанием вопроса, но допускает некоторые недочеты при ответе; допускает незначительные неточности при определении основных понятий;

недостаточно аргументированно и (или) логически стройно излагает учебный материал; иллюстрирует свой ответ типовыми примерами.

**1 баллов** (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он освоил основные положения контролируемой темы, но недостаточно четко дает определение основных понятий и дефиниций; затрудняется при ответах на дополнительные вопросы; приводит недостаточное количество примеров для иллюстрирования своего ответа; нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

**0 баллов** (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием вопроса или допускает грубые ошибки; затрудняется дать основные определения; не может привести или приводит неправильные примеры; не отвечает на уточняющие и (или) дополнительные вопросы преподавателя или допускает при ответе на них грубые ошибки.

## ***1.2 ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ***

### ***№1. Информационное обеспечение процесса обслуживания в ресторанах***

1. Продолжите фразу: «Единственный сдерживающий развитие ресторанного бизнеса фактор - \_\_\_\_\_».

2. В рыночной экономике ресторанный бизнес занимает следующие ниши:

- а) существует самостоятельно;
- б) интегрирован в индустрию гостеприимства;
- в) интегрирован в индустрию развлечений;
- г) все ответы верны.

3. Ресторанный бизнес в условиях развития современных экономических системах выделяют как:

- а) традиционный или сетевой;
- б) новый проводящий эффективную инновационную деятельность и получающий монопольное положение;
- в) оба ответа верны.

4. Родовым продуктом в ресторанном бизнесе выступает:

- а) производственная программа;
- б) меню;
- в) все ответы верны.

5. Ресторанный продукт имеет следующие составляющие:

- вещественную;
- \_\_\_\_\_.

6. Что такое меню?

а) Перечень закусок, блюд, напитков, имеющийся в предприятиях общественного питания в течение всего времени работы зала.

б) Примерный перечень блюд, напитков, реализуемых в предприятии общественного питания.

- в) Документ оперативного планирования работы производства.
- г) Все ответы неверны.

7. Как располагают фирменные блюда в меню?

- а) В начале меню.
- б) Каждое фирменное блюдо в своей группе блюд.
- в) В конце меню.
- г) После специального предложения блюд от шеф-повара.

8. С каких блюд начинают меню в кафе общего типа?

- а) С холодных напитков.
- б) В кондитерских изделий.
- в) С горячих напитков.
- г) С холодных блюд.

9. Указав порядковый номер, установите правильную последовательность мясных холодных блюд и закусок в меню.

- а) Мясо шпигованное.
- б) Мясо жареное.
- в) Мясная гастрономия.
- г) Мясо отварное, заливное.

10. В какой последовательности располагают супы в меню?

- а) Заправочные, прозрачные, супы-пюре, молочные, холодные, сладкие.
- б) Прозрачные, заправочные, супы-пюре, молочные, холодные, сладкие.
- в) Прозрачные, пюреобразные, заправочные, молочные, холодные, сладкие.
- г) Холодные, сладкие, прозрачные, супы-пюре, заправочные.

11. Указав порядковый номер, установите правильную последовательность расположенных в меню горячих блюд из птицы.

- а) Блюда из рубленой птицы.
- б) Птица фаршированная.
- в) Птица отварная, припущенная.
- г) Птица и дичь жареная.

12. Соотнесите понятия и определения.

Понятия	Определения
1. Цель ресторанного бизнеса	а) Жизненно необходимый элемент деятельности ресторана.
2. Информационное обеспечение	б) Получение прибыли, удовлетворение потребностей населения.
3. Средства информации	в) Средства, направленные на доведение до потребителя сведений о деятельности ресторана.

### **№2. Программное обеспечение бизнес-процессов ресторана.**

1. Продолжите фразу: «Для каждого предприятия питания существуют свои приоритеты в работе, а следовательно выбор конфигурации системы автоматизации должен быть основан на понимании текущих задач и \_\_\_\_\_».

2. Сертификации по закону подлежат:

- а) оборудование и прикладные программы вместе;
- б) оборудование отдельно и программы отдельно;
- в) только прикладные программы.

3. Для предприятий питания набор связок POS-терминал плюс пакет прикладных программ:
- 12 связок;
  - 18 связок;
  - 32 связки.
4. Программные продукты, устанавливаемые на компьютеры для решения управленческих задач на предприятиях ресторанного бизнеса, можно объединить в три основных класса:
- полнофункциональные оригинальные системы.
  - системы, базирующиеся на «1С»
  - программные продукты заимствованные с Запада
5. Программные продукты, устанавливаемые на компьютеры, можно объединить в три основных класса:
- полнофункциональные оригинальные системы.
  - системы, базирующиеся на «1С»
  - программные продукты, заимствованные с Запада.
6. Назовите наиболее распространенную программу класса «Полнофункциональные оригинальные системы»: \_\_\_\_\_.
7. Назовите программное обеспечение, базирующиеся на программном продукте «1С» \_\_\_\_\_.
8. Информационный центр сети предприятий или центральный сервер обеспечивает сбор, накопление, хранение и обработку информации. Он осуществляет это:
- в целом по сети;
  - по каждому из входящих в сеть предприятий;
  - все ответы верны.
9. Расположите этапы жизненного цикла мультимедийной технологии в логическом порядке
- освоение в производстве;
  - диффузия (тиражирование на других объектах);
  - рутинизация (стабильное, без изменения, использование);
  - возникновение потребности в новшестве и его создание (приобретение прав на использование новшества у его владельца).
10. Модуль My Inventory:
- управляет складским учётом в режиме онлайн
  - расширяет возможности бизнес-аналитики
  - решает весь спектр вопросов, связанных с кадровым управлением
11. FoodFactory – модуль:
- учета работы фабрики-кухни или кухни ресторана
  - доставки на кассе заведения
  - обработки интернет-заказов с сайта ресторана

12. Соотнесите основные функциональные модули системы R-Кеерг с их назначением:

Функциональный модуль	Назначение
1. r_keeper Manager.	а) Станция менеджера позволяет быстро настроить кассовую станцию для обслуживания гостей, управлять доступом персонала к кассовым операциям и получать отчеты по ключевым показателям работы ресторана.
2. r_keeper Store House5	б) Складской учет – управление складом, производством / кухней, себестоимостью, закупками. Модуль полностью автоматизирует управление производством, а также позволяет эффективно управлять себестоимостью, правильно организовать закупки и контролировать действия персонала.
3. r_keeper CashDesk.	в) Кассовая станция обеспечивает операционную деятельность. Помогает сотрудникам сосредоточиться на работе с гостями. Данный модуль позволяет не только качественно обслуживать гостей, обеспечивая индивидуальный подход, но и контролировать все действия персонала.

**№3. Информационный анализ рынка ресторанных услуг.**

1. Современный ресторан играет роль ...
  - а) только предприятия питания
  - б) предприятия питания и развлекательного центра
  - в) исключительно развлекательного центра
2. Составные части ресторанного бизнеса... (выберите лишнее):
  - а) качество
  - б) менеджмент
  - в) обслуживание
  - г) зарплата
3. Сервисы бронирования столика в ресторане на российском рынке (выберите лишнее):
  - а) Reserve
  - б) gettable.ru
  - в) stoliki.ru
  - г) restotube.ru
4. Для индустрии гостеприимства характерна...
  - а) высокая степень конкуренции
  - б) низкая степень конкуренции
  - в) сезонность конкуренции
5. Различают ... конкуренции:
  - а) 3 вида
  - б) 4 вида
  - в) 5 видов
6. Функциональная конкуренция:
  - а) возникает в связи с тем, что любая потребность может быть удовлетворена самыми разнообразными способами.

- б) порождается наличием продуктов одного и того же назначения и близких по многим параметрам, но отличающихся друг от друга по каким-либо существенным характеристикам
- в) имеет место, если продукты, предлагаемые разными предприятиями, различаются незначительно или даже полностью идентичны.
7. С точки зрения механизма и методов осуществления конкуренцию принято разделять на \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_.
8. Видовая конкуренция:
- а) возникает в связи с тем, что любая потребность может быть удовлетворена самыми разнообразными способами.
- б) порождается наличием продуктов одного и того же назначения и близких по многим параметрам, но отличающихся друг от друга по каким-либо существенным характеристикам
- в) имеет место, если продукты, предлагаемые разными предприятиями, различаются незначительно или даже полностью идентичны.
9. Предметная конкуренция:
- а) возникает в связи с тем, что любая потребность может быть удовлетворена самыми разнообразными способами.
- б) порождается наличием продуктов одного и того же назначения и близких по многим параметрам, но отличающихся друг от друга по каким-либо существенным характеристикам
- в) имеет место, если продукты, предлагаемые разными предприятиями, различаются незначительно или даже полностью идентичны.
10. Аналитические исследования:
- а) проводятся для проверки гипотез о причинно-следственных связях.
- б) осуществляются с целью сбора предварительной информации, необходимой для лучшего определения проблем
- в) фиксируют маркетинговые проблемы, ситуации, конъюнктуру рынков, частоту возникновения события, констатируют факты
11. Наиболее распространенным методом сбора данных в ресторанном бизнесе является \_\_\_\_\_.

12. Соотнесите понятие и определение:

Понятие	Определение
1. Ресторан	а) предприятие по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции, реализуют фирменные, порционные блюда, кондитерские изделия, напитки.
2. Кафе	б) предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, вино-водочные и кондитерские изделия, с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха.
3. Столовая	в) предприятие общественного питания, общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей, производящее и реализующее блюда и кулинарные изделия в соответствии с меню, различающимся по дням недели.



#### *№4. Информационное сопровождение деятельности ресторана.*

1. Один из методов рекламы ресторанной продукции - оригинальное оформление блюд (удалите лишнее):
  - а) карвинг;
  - б) латте-арт,
  - в) фламбирование
  
2. Один из методов рекламы ресторанной продукции - эффектные формы подачи готовых изделий (удалите лишнее):
  - а) фламбирование;
  - б) транширование,
  - в) карвинг.
  
3. Потребитель в ресторане вправе получить дополнительную информацию
  - а) об основных потребительских свойствах продукции
  - б) о качестве предлагаемой продукции
  - в) об условиях приготовления блюд
  - г) все варианты верны
  
4. Информация на вывеске должна включать:
  - а) наименование предприятия с подсветкой
  - б) фирменный знак ресторана
  - в) часы работы предприятия
  - г) все варианты верны
  
5. Транслировать рекламу на федеральном ТВ имеет смысл, только если число ресторанов в регионе достаточно высокое, как минимум:
  - а) 1 ресторан на 500 тыс. населения
  - б) 2 ресторана на 500 тыс. населения
  - в) 3 ресторана на 500 тыс. населения
  
6. Из всех видов рекламы самый эффективный способ рекламирования и продвижения своих услуг:
  - а) собственный сайт
  - б) регистрация в интернет-каталогах
  - в) создание блога
  - г) создание сайта-визитки
  
7. Информативная реклама:
  - а) преобладает на этапе выведения товара на рынок для формирования первичного спроса
  - б) используется в основном на этапе роста, когда необходимо формировать избирательный спрос
  - в) применяется на этапе зрелости для напоминания потребителю о данном товаре
  
8. Увещательная реклама:
  - а) преобладает на этапе выведения товара на рынок для формирования первичного спроса
  - б) используется в основном на этапе роста, когда необходимо формировать избирательный спрос
  - в) применяется на этапе зрелости для напоминания потребителю о данном товаре

9. Напоминающая реклама:

- а) преобладает на этапе выведения товара на рынок для формирования первичного спроса
- б) используется в основном на этапе роста, когда необходимо формировать избирательный спрос
- в) применяется на этапе зрелости для напоминания потребителю о данном товаре

10. \_\_\_\_\_ - это план размещения рекламных обращений.

11. Процесс разработки коммуникационной стратегии в общем виде представляет последовательность ряда этапов: (установите верную):

- а) Разработка бюджета;
- б) Определение адресатов и целей коммуникаций;
- в) Выбор структуры комплекса коммуникаций;
- г) Анализ результата.

12. Соотнесите аббревиатуру с каналами коммуникации:

<b>Аббревиатура</b>	<b>Каналы коммуникации</b>
1. ATL	а) сайт, аккаунты в социальных сетях, страницы на отзовиках, фотографии на картах
2. LSM	б) витрины, стены, текст в счете, описания в меню, текст на упаковке для доставки
3. PR	в) публикации в изданиях (от печатных до диджитал), размещения у блогеров, проведение мероприятий для продвижения ресторана
4. Indoor	г) листовки и промоматериалы
5. Digital	д) классическая реклама на радио, ТВ, наружная реклама

### **№5. Информационный анализ инноваций в ресторанной деятельности**

1. Cook&Chill – это:

- а) технология «готовим и охлаждаем» (замораживаем).
- б) медленная тепловая обработка мяса, обеспечивающая меньшую деформацию белка, то есть сохранение большего числа питательных веществ.
- в) гигиеничная, быстрая, сохраняющая питательные вещества обработка продукта в упаковке.
- г) приготовление пищи в вакууме.

2. Souse-vide – это:

- а) технология «готовим и охлаждаем» (замораживаем).
- б) медленная тепловая обработка мяса, обеспечивающая меньшую деформацию белка, то есть сохранение большего числа питательных веществ.
- в) гигиеничная, быстрая, сохраняющая питательные вещества обработка продукта в упаковке.
- г) приготовление пищи в вакууме.

3. Cook-in – это:

- а) технология «готовим и охлаждаем» (замораживаем).
- б) медленная тепловая обработка мяса, обеспечивающая меньшую деформацию белка, то есть сохранение большего числа питательных веществ.

в) гигиеничная, быстрая, сохраняющая питательные вещества обработка продукта в упаковке.

г) приготовление пищи в вакууме.

4. Sous Vide – это:

а) технология «готовим и охлаждаем» (замораживаем).

б) медленная тепловая обработка мяса, обеспечивающая меньшую деформацию белка, то есть сохранение большего числа питательных веществ.

в) гигиеничная, быстрая, сохраняющая питательные вещества обработка продукта в упаковке.

г) приготовление пищи в вакууме.

5. Преимущества электронного меню для ресторана (выберите лишнее):

а) Индивидуальное оформление меню

б) Простота и удобство в использовании

в) Возможность загрузить любое количество фотографий для каждого блюда

г) Возможность оставить отзыв о блюде или работе персонала

6. Преимущества электронного меню для гостей ресторана (выберите лишнее):

а) возможность забронировать столик на понравившееся время.

б) возможность отправить текстовое сообщение непосредственно руководителю или владельцу ресторана.

в) возможность вызвать официанта с планшетного меню

г) защита от краж

7. Мобильный терминал:

а) современная замена бумажным блокнотам официанта

б) современная альтернатива обычной пластиковой карте постоянного клиента

в) технология оплаты заказа с помощью смартфона

8. Виртуальная карта гостя:

а) современная замена бумажным блокнотам официанта

б) современная альтернатива обычной пластиковой карте постоянного клиента

в) технология оплаты заказа с помощью смартфона

9. QR-код на чеке клиента:

а) современная замена бумажным блокнотам официанта

б) современная альтернатива обычной пластиковой карте постоянного клиента

в) технология оплаты заказа с помощью смартфона

10. Соотнесите типы инноваций с их спецификой:

1. Инновации в сервисе	а) Финансовые, организационные, управленческие, маркетинговые, логистические инновации
2. Концептуальные инновации	б) Применение нового более производительного и/или эргономичного оборудования и техники; а также принципиально новых и/или усовершенствованных технологических процессов
3. Техничко-технологические инновации	в) Новые форматы заведений; необычный стиль и дизайн помещений и зданий
4. Инновации бизнес-процессов	г) Новые услуги и способы их оказания (инновации в обслуживании).

11. Расположите по важности в убывающей последовательности службы.

- а) Приема и размещения
- б) Инженерно-техническая
- в) Вспомогательная
- г) Общественного питания

12. \_\_\_\_\_ возглавляет службу по бронированию и резервированию.

**№6. Правовое сопровождение деятельности ресторана.**

1. Может ли включать фирменное наименование ресторана (юридического лица) официальное наименование «Российская Федерация» или «Россия»:

- а) может, с разрешения налоговых органов;
- б) может, с разрешения Министерства юстиции РФ;
- в) не может.

2. Иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены по выбору истца в суд по месту:

- а) нахождения организации, а если ответчиком является индивидуальный предприниматель, — его жительства;
- б) жительства или пребывания истца;
- в) заключения или исполнения договора;
- г) все вышеперечисленное.

3. К основным требованиям, возложенным обществом и государством на предприятия общественного питания, относятся:

- а) наличие необходимых лицензий;
- б) сертификация продукции общепита;
- в) санитарно-гигиенические правила;
- г) все ответы верны.

4. Ресторан должен иметь следующий ассортиментный перечень продукции общественного питания:

а) оригинальные, изысканные, заказные и фирменные блюда, десерты и напитки собственного производства, блюда национальных (этнических) кухонь с учетом концепции и специализации предприятия;

б) блюда, десерты и напитки собственного производства, в том числе фирменные, национальные, из полуфабрикатов промышленного изготовления, с учетом специализации предприятия;

в) смешанные напитки, коктейли собственного производства, закуски, десерты, в т.ч. фирменные, горячие блюда, из полуфабрикатов промышленного изготовления, с учетом специализации предприятия;

г) разнообразный по дням недели ассортимент блюд и изделий, покупных продовольственных товаров, с учетом специфики обслуживаемых контингентов потребителей и рационов питания.

5. Бар должен иметь следующий ассортиментный перечень продукции общественного питания:

а) оригинальные, изысканные, заказные и фирменные блюда, десерты и напитки собственного производства, блюда национальных (этнических) кухонь с учетом концепции и специализации предприятия;

б) блюда, десерты и напитки собственного производства, в том числе фирменные, национальные, из полуфабрикатов промышленного изготовления, с учетом специализации предприятия;

в) смешанные напитки, коктейли собственного производства, закуски, десерты, в т.ч. фирменные, горячие блюда, из полуфабрикатов промышленного изготовления, с учетом специализации предприятия;

г) разнообразный по дням недели ассортимент блюд и изделий, покупных продовольственных товаров, с учетом специфики обслуживаемых контингентов потребителей и рационов питания.

6. К дополнительным услугам предприятий общественного питания относят (выберите лишнее):

а) услуги по организации и проведению кейтеринга, в т.ч. по доставке продукции по заказам потребителей и выездное обслуживание;

б) организация музыкального и развлекательного (анимационного) обслуживания;

в) банкетное обслуживание, в т.ч. специальных мероприятий;

г) изготовления продукции общественного питания

7. По мобильности выделяют \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_ предприятия общественного питания.

8. Соотнесите понятие и определение, установленное в "ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования":

<b>Понятие</b>	<b>Определение</b>
1. Бар	а) Предприятие (объект) общественного питания, реализующее с потреблением на месте ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе холодные и горячие блюда, закуски, мучные кулинарные, хлебобулочные и кондитерские изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары.
2. Буфет	б) Предприятие (объект) общественного питания, оборудованное буфетной или барной стойкой, реализующее с потреблением на месте горячие напитки, прохладительные напитки, ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе бутерброды, хлебобулочные и кондитерские изделия, горячие блюда несложного изготовления и покупные товары.
3. Кафетерий	в) Предприятие (объект) питания, оборудованное барной стойкой и реализующее, в зависимости от специализации, алкогольные и (или) безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, блюда, холодные и горячие закуски в ограниченном ассортименте, покупные товары.

9. Базой для разработки документов, регулирующих качество услуг в сфере общественного питания НЕ является:

а) Гражданский кодекс Российской Федерации;

б) Федеральный закон «О защите прав потребителей»;

в) Уголовный кодекс Российской Федерации.

10. Услуги общественного питания (выберите неверное утверждение):
- а) не подлежат обязательной сертификации;
  - б) не подлежат добровольной сертификации;
  - в) могут проходить добровольную сертификацию
11. Объекты сертификации, сертифицированные в системе добровольной сертификации:
- а) могут маркироваться знаком соответствия системы добровольной сертификации;
  - б) обязательно должны маркироваться знаком соответствия системы добровольной сертификации;
  - в) обязательно должны маркироваться сертификатом соответствия.
12. Знак соответствия – это:
- а) обозначение, служащее для информирования приобретателей, в том числе потребителей, о соответствии выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов;
  - б) обозначение, служащее для информирования приобретателей, в том числе потребителей, о соответствии объекта сертификации требованиям системы добровольной сертификации;
  - в) документ, удостоверяющий соответствие выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов.

#### **№7. Моделирование информационной системы ресторана.**

1. Основное преимущество автоматизированной информационной системы:
- а) увеличение скорости обработки информации;
  - б) устранения возможности возникновения противоречий из-за хранения в различных местах данных;
  - в) увеличение степени надежности информации;
  - г) все варианты верны.
2. Информационная система – это \_\_\_\_\_
3. Актуальность создания информационной системы заключается в возможности (выберите неверное):
- а) повышения эффективности работы персонала;
  - б) сокращения времени оформления заказа;
  - в) увеличении количества рабочих мест сотрудников;
  - г) сокращении бумажного документооборота.
4. Не автоматизированный процесс заказа блюд происходит следующим образом (установите верную последовательность):
- а) официант обслуживает остальных посетителей
  - б) клиент выбирает столик
  - в) официант прослушивает заказ и заносит информацию на листок, после чего относит его на кухню поварам
  - г) клиент осуществляет выбор и просит официанта подойти
  - д) шеф-повар подтверждает заказ и информирует о нем поваров холодного и горячего цехов
  - е) к клиенту подходит официант и предоставляет ему меню
  - ж) готовый заказ официант относит клиенту
  - з) клиент просит счет, и официант составляет чек об оплате.

5. При внедрении информационной системы SmartSaloon процесс заказа происходит следующим образом (установите верную последовательность):

- а) клиент садится за свободный столик, и осуществляет заказ посредством встроенного в стол терминала;
- б) шеф-повар подтверждает заказ и распределяет его между поварами холодного и горячего цеха;
- в) оформленный заказ отправляется на терминал администратора и шеф-повара;
- г) официант забирает заказ у повара и относит клиенту;
- д) администратор отправляет уведомление о том, что заказ взят в работу официанту и клиенту;
- е) клиент на терминале завершает сеанс и выбирает удобный ему способ оплаты бесконтактный либо оплата наличными на кассе.

6. По характеру обработки информации на различных уровнях управления предприятием различают несколько видов информационных систем (выберите лишнюю):

- а) системы обработки данных или EDP системы;
- б) информационные системы управления или MIS системы;
- в) системы поддержки принятия решений - DSS системы.
- г) системы автоматизированного проектирования – САПР системы.

7. Установите соответствие между информационной системой и ее назначением:

<b>Информационная система</b>	<b>Назначение</b>
1. системы обработки данных	а) используются на верхнем уровне управления и предназначены для решения задач по формированию стратегических целей, задач планирования, задач привлечения ресурсов и источников финансирования
2. информационные системы управления	б) предназначены для учета и оперативного регулирования хозяйственных операций, подготовки стандартных документов для внешней среды
3. системы поддержки принятия решений	в) ориентированы на тактический уровень управления, например, анализ и планирование поставок, сбыта, составление производственных программ

8. Установите верную последовательность этапов создания ИС:

- а) проектирование;
- б) формирование требований к системе;
- в) тестирование;
- г) реализация;
- д) ввод в действие;
- е) эксплуатация;
- ж) сопровождение.

9. Автоматизация предприятий питания затрагивает только следующие процессы:

- а) обслуживание посетителей; склад и логистика; бухгалтерский учёт; управление персоналом.
- б) обслуживание посетителей; склад и логистика; управление персоналом.
- в) обслуживание посетителей; бухгалтерский учёт; управление персоналом.

10. Основные особенности проектирования ИС предприятий общественного питания (столовых):

- а) особые требования к скорости обслуживания;
- б) необходимость обеспечения возможности льготного питания или питания за счет предприятия;
- в) особый учет выпуска блюд и товарооборота продуктов;
- г) все варианты верны.

11. Установите соответствие между системой и местом ее функционирования:

Система	Место функционирования
1. HeadOffice	а) функционирует в зале ресторана
2. FrontOffice	б) структура, задействованная в центральном офисе
3. BackOffice	в) функционирует в служебных помещениях ресторана

12. Первые информационные системы появились в

- а) 1940-х годах;
- б) 1950-х годах;
- в) 1960-х годах;
- г) 1970-х годах;

**№8. Профессионально ориентированные пакеты прикладных программ в ресторанах**

- 1. Внутренние коммуникации – это \_\_\_\_\_.
- 2. Формальные коммуникации – это \_\_\_\_\_.

3. Установите соответствие между видом коммуникации и ее примером:

Коммуникации	Определение
1. нисходящие	а) подчиненных информируют о приоритетах, заданиях, рекомендуемых процедурах и т.д.
2. восходящие	б) банковский кассир, заметив, что новый компьютер работает медленнее старого и клиентам приходится ждать дольше, известит об этом своего непосредственного начальника, который, в свою очередь, проинформирует менеджера банка по операциям, а тот – вице-президента.

4. Пакеты прикладных программ НЕ могут быть:

- а) объектно-зависимыми;
- б) объектно-независимыми;
- в) объектно-нейтральными.

5. В архитектуре ППП можно выделить ядро пакета – это:

- а) неизменная часть пакета;
- б) вариативная часть пакета;
- в) динамичная часть пакета.



6. Архитектура ППП включает следующие основные составляющие (выберите лишнее):

- а) управляющая программа;
- б) база данных;
- в) процессор с входного языка;
- г) обучающая программа.

7. Планировщик вычислительного процесса:

- а) определяет правильную необходимую цепочку, последовательность обработки модулей для выполнения соответствующих инструкций;
- б) обеспечивает трансляцию исходного текста задания на входном языке пакета во внутренний язык ЭВМ;
- в) организует вызов модулей в нужной последовательности, обеспечивает обмен информацией между ними и управляет процессом решения задач.

8. Анализатор:

- а) определяет правильную необходимую цепочку, последовательность обработки модулей для выполнения соответствующих инструкций;
- б) обеспечивает трансляцию исходного текста задания на входном языке пакета во внутренний язык ЭВМ;
- в) организует вызов модулей в нужной последовательности, обеспечивает обмен информацией между ними и управляет процессом решения задач.

9. Монитор пакета:

- а) определяет правильную необходимую цепочку, последовательность обработки модулей для выполнения соответствующих инструкций;
- б) обеспечивает трансляцию исходного текста задания на входном языке пакета во внутренний язык ЭВМ;
- в) организует вызов модулей в нужной последовательности, обеспечивает обмен информацией между ними и управляет процессом решения задач.

10. Модуль системы должен:

- а) реализовать требуемую функцию, т.е. иметь один выход;
- б) возвращать управление тому, кто его вызвал, и иметь возможность обращаться к другим модулям;
- в) быть сравнительно небольшим.
- г) все варианты верны.

11. Проблемно-ориентированный язык (уберите лишнее):

- а) компьютерный язык, разработанный для программирования особого типа задач.
- б) формальный язык связи человека с ЭВМ, предназначенный для описания данных (информации) и алгоритмов их обработки (программ) на вычислительной машине.
- в) определяется спецификой задач,
- г) определяется особенностями машины.

12. Этапы развития ГИС располагаются в следующем порядке:

- а) период появления электронных вычислительных машин, различных периферийных устройств
- б) период государственных инициатив

- в) период коммерческого развития
- г) пользовательский период

**№ 9. Информационные технологии в ресторанной деятельности: мировые тренды**

1. Информационная технология – процесс, \_\_\_\_\_.

2. ИТ – разработку под названием Top Desk, разработала и представила компания:
- а) Кнайп PRO
  - б) HoReCa
  - в) inBook

3. Планшет обратной связи представила
- а) Кнайп PRO
  - б) HoReCa
  - в) inBook

4. Сервис обратной связи рестораторы:
- а) могут тестировать бесплатно в течение 30 дней
  - б) могут тестировать бесплатно в течение 14 дней
  - в) могут тестировать бесплатно в течение 7 дней

5. Цифровизация ресторанного бизнеса идет в двух направлениях (выберите неверное):
- а) общение с клиентом переходит в онлайн,
  - б) сокращается количество персонала, задействованного в обслуживании и управлении
  - в) сокращается количество персонала, задействованного в обслуживании, и растет число управляющих

6. Геймификация — это \_\_\_\_\_.

7. Сервис Top Desk позволяет руководителям:
- а) оперативно корректировать финансовую и хозяйственную деятельность учреждений ресторанного хозяйства.
  - б) проводить самодиагностику финансового состояния
  - в) эффективно оценивать конкурентную позицию
  - г) все варианты верны

8. Установите соответствие между страной и уровнем доставки продуктов и еды от общего объема продаж продуктов.

Страна	Уровень доставки
США	7%
Великобритания	1%
Россия	3%

9. Клиенты согласны ждать доставку:
- а) не больше получаса,
  - б) не больше часа
  - в) время не играет роли

10. Главным критерием для служб доставки становится:

- а) скорость
- б) качество
- в) вежливость

11. Сервис для геймификации:

- а) BalaLIKE.
- б) Кнайп PRO
- в) HoReCa
- г) inBook

12. Все технологии можно разделить на пять разновидностей, работающих в следующих направлениях (выберите лишнее):

- а) оптимизация издержек заведения;
- б) улучшение опыта гостя;
- в) упрощение оформления заказов на местах, предзаказов навынос, заказов с доставкой;
- г) организация бизнеса (приём чаевых онлайн, платёжные системы, кассовые системы и прочее);
- д) применение искусственного интеллекта и робототехники;
- е) максимизация получения прибыли.

**Шкала оценивания:** балльная.

**Критерии оценивания:**

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – 1 балл, не выполнено – 0 баллов.

Применяется следующая шкала перевода баллов в оценку по 5-балльной шкале:

**9-12 баллов** соответствуют оценке «отлично»;

**6-9 баллов** – оценке «хорошо»;

**3-6 баллов** – оценке «удовлетворительно»;

**2 балла и менее** – оценке «неудовлетворительно».

### **1.3 ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ**

#### **№1. Информационное обеспечение процесса обслуживания в ресторанах.**

1. Роль информатизации в современном мире.
2. Понятие информатизации.
3. Функции информатизации.
4. Основные представители теории информатизаций в СКС.
5. Основные подходы в изучении информатизации (организационно-ориентированный, индивидуально-ориентированный).
6. Показатели информатизации в гостинично-ресторанном деле.

#### **№2. Программное обеспечение бизнес-процессов ресторана.**

1. Трансформация организационной структуры ресторанного бизнеса и корпоративных систем управления персоналом за счет мультимедийных технологий.
2. Система, ориентированная на мультимедийные технологии в ресторанной деятельности.
3. Современные мультимедийные технологии в современном ГРК.

4. Медийное сотрудничество в рамках производства гостиничного и ресторанного продукта.
5. Влияние внедрения новых информационных технологий на создание и продвижение «продукта» в ресторанном бизнесе.
6. Формы медийной деятельности.

### ***№3. Информационный анализ рынка ресторанных услуг.***

1. Программные продукты ресторанной индустрии.
2. Инновационная модель организационной структуры в гостиничном и ресторанном деле.
3. Гостиничный комплекс как сетевая структура.
4. Рост численности ресторанов в России и развитие сегмента Fast Food.
5. Составные части ресторанного бизнеса и их характеристика.
6. Факторы, влияющие на прогрессивную разработку информационных систем в гостинично-ресторанном хозяйстве.
7. Новые информационные возможности современной ресторанной индустрии.
8. Сервисы бронирования в ресторанной деятельности - [gettable.ru](http://gettable.ru), [stoliki.ru](http://stoliki.ru), [restotube.ru](http://restotube.ru).
9. Ценовая и неценовая конкуренция в ресторанном бизнесе.
10. Результативность и эффективность информационных исследований.

### ***№4. Информационное сопровождение деятельности ресторана.***

1. В чем заключается интернет-маркетинг в СКС?
2. Сетевые технологии в ресторанной деятельности.
3. Основные системы АСУ в гостиничном бизнесе.
4. Сетевые технологии в ресторанном хозяйстве.
5. Элементы инновационного проектирования.
6. Информационные технологии, которые используют в менеджменте индустрии гостеприимства.
7. Выбор способов осуществления маркетинговых коммуникаций для ресторанного предприятия.
8. Правила оказания услуг ПОП.
9. Организация информационно обеспечения заведения через Интернет.
10. Мировые лидеры по количеству активных пользователей среди социальных сетей.

### ***№5. Информационный анализ инноваций в ресторанной деятельности.***

1. Известные системы бронирования и резервирования.
2. Глобализация как фактор внедрения информационных технологий в индустрии гостеприимства.
3. История возникновения первых систем бронирования и резервирования.
4. Типы инноваций в ресторанном бизнесе.
5. Инновационное проектирование в ресторанном бизнесе.
6. Приоритетные направления внедрения инновационных технологий в ресторанном бизнесе.
7. Инновационные технологии, касающиеся информационной сферы.
8. Интеллектуальные системы видеонаблюдения в ресторанной деятельности.
9. Влияние стратегического менеджмента на инновационную деятельность на предприятиях гостеприимства.

### ***№6. Правовое сопровождение деятельности ресторана.***

1. Государственное регулирование качества предоставляемых услуг ГРП.
2. Добровольная и обязательная сертификация в ресторанном бизнесе.
3. Требования, возложенные обществом и государством на предприятия общественного питания.

4. Роль нормативно-правового сопровождения в сфере общественного питания.
5. Влияние ГК РФ и ФЗ РФ «О защите прав потребителей» на ресторанную деятельность.
6. Значение информации о сертификации ресторана для потребителя ресторанных услуг.

**№7. Моделирование информационной системы ресторана.**

1. Реклама в сети Internet как средство интернет-маркетинга
2. Экспертные системы и системы поддержки принятия решений, моделирования и прогнозирования в ресторанном бизнесе.
3. Экспертные системы.
4. Положительные и отрицательные последствия использования информационных систем в деятельности ресторана
5. Этапы внедрения экспертных систем.
6. Риски при введении экспертных систем.

**№8. Профессионально ориентированные пакеты прикладных программ в ресторанах.**

1. Трансформация организационной структуры ресторанного бизнеса и корпоративных систем управления персоналом.
2. Структура профессионально-ориентированных пакетов прикладных программ в гостинично-ресторанном хозяйстве.
3. Профессионально-ориентированные пакеты прикладных программ в ресторанной деятельности.
4. Стратегическое сотрудничество в рамках производства ресторанного продукта.
5. Пакет прикладных программ для ресторана.
6. Понятия и особенности калькуляционной и технологической карт.

**№9. Информационные технологии в ресторанной деятельности: мировые тренды.**

1. Информационные технологии в сфере ресторанного бизнеса за последнее десятилетие.
2. Виды информационных технологий.
3. Направления развития информационных технологий в сфере ресторанной деятельности.
4. Цифровизация как основной драйвер развития онлайн-направления в ресторанном бизнесе.
5. Управление информационными технологиями на предприятии гостеприимства.
6. Геймификация как стимулирование потребительского поведения.
7. Сервисы доставки.
8. Диверсификация ресторанной деятельности.
9. Управление рестораном через планшет.
10. Онлайн-обслуживание посетителей ресторана с помощью ИТ.

**Шкала оценивания:** 6 балльная.

**Критерии оценивания** (нижеследующие критерии оценки являются примерными и могут корректироваться):

**6 баллов** (или оценка «отлично») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, при этом убедительно и аргументированно изложена собственная позиция автора по рассматриваемому вопросу; структура реферата логична; изучено большое количество актуальных источников, грамотно сделаны ссылки на источники; самостоятельно подобран яркий иллюстративный материал; сделан обоснованный убедительный вывод; отсутствуют замечания по оформлению реферата.

**4 баллов** (или оценка «хорошо») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта полно и глубоко, сделана попытка самостоятельного осмысления темы; структура реферата логична; изучено достаточное количество источников, имеются ссылки на источники; приведены уместные примеры; сделан обоснованный вывод; имеют место незначительные недочеты в содержании и (или) оформлении реферата.

**2 баллов** (или оценка «удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если тема реферата раскрыта неполно и (или) в изложении темы имеются недочеты и ошибки; структура реферата логична; количество изученных источников менее рекомендуемого, сделаны ссылки на источники; приведены общие примеры; вывод сделан, но имеет признаки неполноты и неточности; имеются замечания к содержанию и (или) оформлению реферата.

**0 баллов** (или оценка «неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если содержание реферата имеет явные признаки плагиата и (или) тема реферата не раскрыта и (или) в изложении темы имеются грубые ошибки; материал не структурирован, излагается непоследовательно и сбивчиво; количество изученных источников значительно менее рекомендуемого, неправильно сделаны ссылки на источники или они отсутствуют; не приведены примеры или приведены неверные примеры; отсутствует вывод или вывод расплывчат и неконкретен; оформление реферата не соответствует требованиям.

## **2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

### ***2.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ***

#### **1 Вопросы в закрытой форме.**

1.1. Какой класс ИТ оказывает большое влияние на продвижение ресторанного продукта:

- а) локальные системы автоматизации гостиничных комплексов
- б) мультимедийные системы
- в) сеть Internet
- г) глобальные распределительные системы

1.2. Когда появились первые АСУ ресторанами:

- а) в 60-х гг. XX века
- б) в 70-х гг. XX века
- в) в 80-х гг. XX века
- г) в 90-х гг. XX века

1.3. Что значит термин мультимедиа?

- а) это современная технология позволяющая объединить в компьютерной системе звук, текст, видео и изображения;
- б) это программа для обработки текста;
- в) это система программирования видео, изображения;
- г) это программа компиляции кода.

1.4. Отметьте положительную сторону технологии мультимедиа в индустрии гостеприимства?

- а) эффективное воздействие на пользователя, которому оно предназначена;
- б) использование видео и анимации;

- в) конвертирование видео;
- г) использование видео и изображений.

1.5. Сколько моделей организации элементов в различных типах средств информатизации Вы знаете?

- а) 2;
- б) 4;
- в) 5;
- г) 3.

1.6. Получение прибыли от инновационной деятельности предприятия начинается на этапе ...

- а) коммерциализации инновации
- б) фундаментальных исследований
- в) прикладных исследований
- г) проектных работ

1.7. Индекс доходности (рентабельности) инвестиций характеризует:

- а) относительный прирост вложенного капитала
- б) промежуток времени, в течении которого денежные потоки принимают положительное значение
- в) средневзвешенную цену источников финансирования инвестиций
- г) усредненную норму дисконта

1.8. Какой из перечисленных пунктов не обязательно должен быть доведен до сведения потребителя гостиничных услуг?

- а). Сведения о вышестоящей организации
- б). Категории номеров гостиницы
- в). Номера вызова экстренных служб в регионе
- г). Предельный срок проживания в гостинице
- д). Перечень категорий лиц, имеющих право на получение льгот

1.9. Эффективное решение безопасности клиентов требует ..., основанного на анализе функционирования объекта, выявления наиболее уязвимых зон и особо опасных угроз, составления всех возможных сценариев криминальных действий и выработке адекватных мер противодействия.

- а) системного подхода
- б) аналитического подхода
- в) сравнительного подхода

1.10. Особенности процесса управления гостеприимством:

- а) осуществляется непрерывно во времени и пространстве
- б) устойчивость
- в) динамичность
- г) это целенаправленный процесс, требующий глубокого анализа
- д) импульсивность
- е) все варианты

1.11. Менеджмент ресторана представляет собой:

- а) систему оценки финансовой информации;
- б) управление процессами и использование фондов;
- в) организацию финансовой службы;

1.12. Деление общего трудового процесса на отдельные, обособленные, обособленные виды работ со специализацией производства и работников – это...

- а) горизонтальное разделение труда
- б) смешанное разделение труда
- в) вертикальное разделение труда

1.13. В рыночной экономике ресторанный бизнес занимает следующие ниши:

- а) существует самостоятельно;
- б) интегрирован в индустрию гостеприимства;
- в) интегрирован в индустрию развлечений;
- г) все ответы верны.

1.14. Ресторанный бизнес в условиях развития современных экономических системах выделяют как:

- а) традиционный или сетевой;
- б) новый проводящий эффективную инновационную деятельность и получающий монопольное положение;
- в) оба ответа верны.

1.15. Родовым продуктом в ресторанном бизнесе выступает:

- а) производственная программа;
- б) меню;
- в) все ответы верны.

1.16. Что такое меню?

- а) Перечень закусок, блюд, напитков, имеющийся в предприятиях общественного питания в течение всего времени работы зала.
- б) Примерный перечень блюд, напитков, реализуемых в предприятии общественного питания.
- в) Документ оперативного планирования работы производства.
- г) Все ответы неверны.

1.17. С каких блюд начинают меню в кафе общего типа?

- а) С холодных напитков.
- б) В кондитерских изделий.
- в) С горячих напитков.
- г) С холодных блюд.

1.18. В какой последовательности располагают супы в меню?

- а) Заправочные, прозрачные, супы-пюре, молочные, холодные, сладкие.
- б) Прозрачные, заправочные, супы-пюре, молочные, холодные, сладкие.
- в) Прозрачные, пюреобразные, заправочные, молочные, холодные, сладкие.
- г) Холодные, сладкие, прозрачные, супы-пюре, заправочные.

1.19. Сертификации по закону подлежат:

- а) оборудование и прикладные программы вместе;
- б) оборудование отдельно и программы отдельно;
- в) только прикладные программы.

1.20. Для предприятий питания набор связок POS-терминал плюс пакет прикладных программ:

- а) 12 связок;



- б) 18 связок;
- в) 32 связки.

1.21. Программные продукты, устанавливаемые на компьютеры для решения управленческих задач на предприятиях ресторанного бизнеса, можно объединить в три основных класса:

- а) полнофункциональные оригинальные системы.
- б) системы, базирующиеся на «1С»
- в) программные продукты заимствованные с Запада

1.22. Программные продукты, устанавливаемые на компьютеры, можно объединить в три основных класса:

- а) полнофункциональные оригинальные системы.
- б) системы, базирующиеся на «1С»
- в) программные продукты, заимствованные с Запада.

1.23. Информационный центр сети предприятий или центральный сервер обеспечивает сбор, накопление, хранение и обработку информации. Он осуществляет это:

- а) в целом по сети;
- б) по каждому из входящих в сеть предприятий;
- в) все ответы верны.

1.24. Модуль My Inventory:

- а) управляет складским учётом в режиме онлайн
- б) расширяет возможности бизнес-аналитики
- в) решает весь спектр вопросов, связанных с кадровым управлением

1.25. Food Factory – модуль:

- а) учета работы фабрики-кухни или кухни ресторана
- б) доставки на кассе заведения
- в) обработки интернет-заказов с сайта ресторана

1.26. Современный ресторан играет роль ...

- а) только предприятия питания
- б) предприятия питания и развлекательного центра
- в) исключительно развлекательного центра

1.27. Составные части ресторанного бизнеса... (выберите лишнее):

- а) качество
- б) менеджмент
- в) обслуживание
- г) зарплата

1.28. Сервисы бронирования столика в ресторане на российском рынке (выберите лишнее):

- а) Reserve
- б) gettable.ru
- в) stoliki.ru
- г) restotube.ru

1.29. Для индустрии гостеприимства характерна...

- а) высокая степень конкуренции

- б) низкая степень конкуренции
- в) сезонность конкуренции

1.30. Различают ... конкуренции:

- а) 3 вида
- б) 4 вида
- в) 5 видов

1.31. Функциональная конкуренция:

- а) возникает в связи с тем, что любая потребность может быть удовлетворена самыми разнообразными способами.
- б) порождается наличием продуктов одного и того же назначения и близких по многим параметрам, но отличающихся друг от друга по каким-либо существенным характеристикам
- в) имеет место, если продукты, предлагаемые разными предприятиями, различаются незначительно или даже полностью идентичны.

1.32. Видовая конкуренция:

- а) возникает в связи с тем, что любая потребность может быть удовлетворена самыми разнообразными способами.
- б) порождается наличием продуктов одного и того же назначения и близких по многим параметрам, но отличающихся друг от друга по каким-либо существенным характеристикам
- в) имеет место, если продукты, предлагаемые разными предприятиями, различаются незначительно или даже полностью идентичны.

1.33. Предметная конкуренция:

- а) возникает в связи с тем, что любая потребность может быть удовлетворена самыми разнообразными способами.
- б) порождается наличием продуктов одного и того же назначения и близких по многим параметрам, но отличающихся друг от друга по каким-либо существенным характеристикам
- в) имеет место, если продукты, предлагаемые разными предприятиями, различаются незначительно или даже полностью идентичны.

1.34. Аналитические исследования:

- а) проводятся для проверки гипотез о причинно-следственных связях.
- б) осуществляются с целью сбора предварительной информации, необходимой для лучшего определения проблем
- в) фиксируют маркетинговые проблемы, ситуации, конъюнктуру рынков, частоту возникновения события, констатируют факты

1.35. Один из методов рекламы ресторанной продукции - оригинальное оформление блюд (удалите лишнее):

- а) карвинг;
- б) латте-арт,
- в) фламбирование

1.36. Один из методов рекламы ресторанной продукции - эффектные формы подачи готовых изделий (удалите лишнее):

- а) фламбирование;
- б) транширование,

в) карвинг.

1.37. Потребитель в ресторане вправе получить дополнительную информацию

- а) об основных потребительских свойствах продукции
- б) о качестве предлагаемой продукции
- в) об условиях приготовления блюд
- г) все варианты верны

1.38. Информация на вывеске должна включать:

- а) наименование предприятия с подсветкой
- б) фирменный знак ресторанного комплекса
- в) часы работы предприятия
- г) все варианты верны

1.39. Транслировать рекламу на федеральном ТВ имеет смысл, только если число ресторанов в регионе достаточно высокое, как минимум:

- а) 1 ресторан на 500 тыс. населения
- б) 2 ресторана на 500 тыс. населения
- в) 3 ресторана на 500 тыс. населения

1.40. Из всех видов рекламы самый эффективный способ рекламирования и продвижения своих услуг:

- а) собственный сайт
- б) регистрация в интернет-каталогах
- в) создание блога
- г) создание сайта-визитки

1.41. Информативная реклама:

- а) преобладает на этапе выведения товара на рынок для формирования первичного спроса
- б) используется в основном на этапе роста, когда необходимо формировать избирательный спрос
- в) применяется на этапе зрелости для напоминания потребителю о данном товаре

1.42. Увещательная реклама:

- а) преобладает на этапе выведения товара на рынок для формирования первичного спроса
- б) используется в основном на этапе роста, когда необходимо формировать избирательный спрос
- в) применяется на этапе зрелости для напоминания потребителю о данном товаре

1.43. Напоминающая реклама:

- а) преобладает на этапе выведения товара на рынок для формирования первичного спроса
- б) используется в основном на этапе роста, когда необходимо формировать избирательный спрос
- в) применяется на этапе зрелости для напоминания потребителю о данном товаре

1.44. Cook&Chill – это:

- а) технология «готовим и охлаждаем» (замораживаем).
- б) медленная тепловая обработка мяса, обеспечивающая меньшую деформацию белка, то есть сохранение большего числа питательных веществ.
- в) гигиеничная, быстрая, сохраняющая питательные вещества обработка продукта в упаковке.
- г) приготовление пищи в вакууме.

1.45. Souse-vide – это:

- а) технология «готовим и охлаждаем» (замораживаем).
- б) медленная тепловая обработка мяса, обеспечивающая меньшую деформацию белка, то есть сохранение большего числа питательных веществ.
- в) гигиеничная, быстрая, сохраняющая питательные вещества обработка продукта в упаковке.
- г) приготовление пищи в вакууме.

1.46. Cook-in – это:

- а) технология «готовим и охлаждаем» (замораживаем).
- б) медленная тепловая обработка мяса, обеспечивающая меньшую деформацию белка, то есть сохранение большего числа питательных веществ.
- в) гигиеничная, быстрая, сохраняющая питательные вещества обработка продукта в упаковке.
- г) приготовление пищи в вакууме.

1.47. Sous Vide – это:

- а) технология «готовим и охлаждаем» (замораживаем).
- б) медленная тепловая обработка мяса, обеспечивающая меньшую деформацию белка, то есть сохранение большего числа питательных веществ.
- в) гигиеничная, быстрая, сохраняющая питательные вещества обработка продукта в упаковке.
- г) приготовление пищи в вакууме.

1.48. Преимущества электронного меню для ресторана (выберите лишнее):

- а) Индивидуальное оформление меню
- б) Простота и удобство в использовании
- в) Возможность загрузить любое количество фотографий для каждого блюда
- г) Возможность оставить отзыв о блюде или работе персонала

1.49. Преимущества электронного меню для гостей ресторана (выберите лишнее):

- а) возможность забронировать столик на понравившееся время.
- б) возможность отправить текстовое сообщение непосредственно руководителю или владельцу ресторана.
- в) возможность вызвать официанта с планшетного меню
- г) защита от краж

1.50. Мобильный терминал:

- а) современная замена бумажным блокнотам официанта
- б) современная альтернатива обычной пластиковой карте постоянного клиента
- в) технология оплаты заказа с помощью смартфона

1.51. Виртуальная карта гостя:

- а) современная замена бумажным блокнотам официанта
- б) современная альтернатива обычной пластиковой карте постоянного клиента
- в) технология оплаты заказа с помощью смартфона

1.52. QR-код на чеке клиента:

- а) современная замена бумажным блокнотам официанта
- б) современная альтернатива обычной пластиковой карте постоянного клиента
- в) технология оплаты заказа с помощью смартфона

1.53. Может ли включать фирменное наименование ресторана (юридического лица) официальное наименование «Российская Федерация» или «Россия»:

- а) может, с разрешения налоговых органов;
- б) может, с разрешения Министерства юстиции РФ;
- в) не может.

1.54. Иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены по выбору истца в суд по месту:

- а) нахождения организации, а если ответчиком является индивидуальный предприниматель, — его жительства;
- б) жительства или пребывания истца;
- в) заключения или исполнения договора;
- г) все вышеперечисленное.

1.55. К основным требованиям, возложенным обществом и государством на предприятия общественного питания, относятся:

- а) наличие необходимых лицензий;
- б) сертификация продукции общепита;
- в) санитарно-гигиенические правила;
- г) все ответы верны.

1.56. Ресторан должен иметь следующий ассортиментный перечень продукции общественного питания:

- а) оригинальные, изысканные, заказные и фирменные блюда, десерты и напитки собственного производства, блюда национальных (этнических) кухонь с учетом концепции и специализации предприятия;
- б) блюда, десерты и напитки собственного производства, в том числе фирменные, национальные, из полуфабрикатов промышленного изготовления, с учетом специализации предприятия;
- в) смешанные напитки, коктейли собственного производства, закуски, десерты, в т.ч. фирменные, горячие блюда, из полуфабрикатов промышленного изготовления, с учетом специализации предприятия;
- г) разнообразный по дням недели ассортимент блюд и изделий, покупных продовольственных товаров, с учетом специфики обслуживаемых контингентов потребителей и рационов питания.

1.57. Бар должен иметь следующий ассортиментный перечень продукции общественного питания:

- а) оригинальные, изысканные, заказные и фирменные блюда, десерты и напитки собственного производства, блюда национальных (этнических) кухонь с учетом концепции и специализации предприятия;
- б) блюда, десерты и напитки собственного производства, в том числе фирменные, национальные, из полуфабрикатов промышленного изготовления, с учетом специализации предприятия;
- в) смешанные напитки, коктейли собственного производства, закуски, десерты, в т.ч. фирменные, горячие блюда, из полуфабрикатов промышленного изготовления, с учетом специализации предприятия;
- г) разнообразный по дням недели ассортимент блюд и изделий, покупных продовольственных товаров, с учетом специфики обслуживаемых контингентов потребителей и рационов питания.

1.58. К дополнительным услугам предприятий общественного питания относят (выберите лишнее):

- а)- услуги по организации и проведению кейтеринга, в т.ч. по доставке продукции по заказам потребителей и выездное обслуживание;
- б) организация музыкального и развлекательного (анимационного) обслуживания;
- в) банкетное обслуживание, в т.ч. специальных мероприятий;
- г) изготовления продукции общественного питания

1.59. Базой для разработки документов, регулирующих качество услуг в сфере общественного питания НЕ является:

- а) Гражданский кодекс Российской Федерации;
- б) Федеральный закон «О защите прав потребителей»;
- в) Уголовный кодекс Российской Федерации.

1.60. Услуги общественного питания (выберите неверное утверждение):

- а) не подлежат обязательной сертификации;
- б) не подлежат добровольной сертификации;
- в) могут проходить добровольную сертификацию

1.61. Объекты сертификации, сертифицированные в системе добровольной сертификации:

- а) могут маркироваться знаком соответствия системы добровольной сертификации;
- б) обязательно должны маркироваться знаком соответствия системы добровольной сертификации;
- в) обязательно должны маркироваться сертификатом соответствия.

1.62. Знак соответствия – это:

- а) обозначение, служащее для информирования приобретателей, в том числе потребителей, о соответствии выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов;
- б) обозначение, служащее для информирования приобретателей, в том числе потребителей, о соответствии объекта сертификации требованиям системы добровольной сертификации;
- в) документ, удостоверяющий соответствие выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов.

1.63. Основное преимущество автоматизированной информационной системы:

- а) увеличение скорости обработки информации;
- б) устранения возможности возникновения противоречий из-за хранения в различных местах данных;
- в) увеличение степени надежности информации;
- г) все варианты верны.

1.64. Актуальность создания информационной системы заключается в возможности (выберите неверное):

- а) повышения эффективности работы персонала;
- б) сокращения времени оформления заказа;
- в) увеличении количества рабочих мест сотрудников;
- г) сокращении бумажного документооборота.

1.65. По характеру обработки информации на различных уровнях управления предприятием различают несколько видов информационных систем (выберите лишнюю):

- а) системы обработки данных или EDP системы;
- б) информационные системы управления или MIS системы;

- в) системы поддержки принятия решений - DSS системы.
- г) системы автоматизированного проектирования – САПР системы.

1.66. Автоматизация предприятий питания затрагивает только следующие процессы:

- а) обслуживание посетителей; склад и логистика; бухгалтерский учёт; управление персоналом.
- б) обслуживание посетителей; склад и логистика; управление персоналом.
- в) обслуживание посетителей; бухгалтерский учёт; управление персоналом.

1.67. Основные особенности проектирования ИС предприятий общественного питания (столовых):

- а) особые требования к скорости обслуживания;
- б) необходимость обеспечения возможности льготного питания или питания за счет предприятия;
- в) особый учет выпуска блюд и товарооборота продуктов;
- г) все варианты верны.

1.68. Первые информационные системы появились в

- а) 1940-х годах;
- б) 1950-х годах;
- в) 1960-х годах;
- г) 1970-х годах;

1.69. Пакеты прикладных программ НЕ могут быть:

- а) объектно-зависимыми;
- б) объектно-независимыми;
- в) объектно-нейтральными.

1.70. В архитектуре ППП можно выделить ядро пакета – это:

- а) неизменная часть пакета;
- б) вариативная часть пакета;
- в) динамичная часть пакета.

1.71. Архитектура ППП включает следующие основные составляющие (выберите лишнее):

- а) управляющая программа;
- б) база данных;
- в) процессор с входного языка;
- г) обучающая программа.

1.72. Планировщик вычислительного процесса:

- а) определяет правильную необходимую цепочку, последовательность обработки модулей для выполнения соответствующих инструкций;
- б) обеспечивает трансляцию исходного текста задания на входном языке пакета во внутренний язык ЭВМ;
- в) организует вызов модулей в нужной последовательности, обеспечивает обмен информацией между ними и управляет процессом решения задач.

1.73. Анализатор:

- а) определяет правильную необходимую цепочку, последовательность обработки модулей для выполнения соответствующих инструкций;

- б) обеспечивает трансляцию исходного текста задания на входном языке пакета во внутренний язык ЭВМ;
- в) организует вызов модулей в нужной последовательности, обеспечивает обмен информацией между ними и управляет процессом решения задач.

1.74. Монитор пакета:

- а) определяет правильную необходимую цепочку, последовательность обработки модулей для выполнения соответствующих инструкций;
- б) обеспечивает трансляцию исходного текста задания на входном языке пакета во внутренний язык ЭВМ;
- в) организует вызов модулей в нужной последовательности, обеспечивает обмен информацией между ними и управляет процессом решения задач.

1.75. Модуль системы должен:

- а) реализовать требуемую функцию, т.е. иметь один выход;
- б) возвращать управление тому, кто его вызвал, и иметь возможность обращаться к другим модулям;
- в) быть сравнительно небольшим.
- г) все варианты верны.

1.76. Проблемно-ориентированный язык (уберите лишнее):

- а) компьютерный язык, разработанный для программирования особого типа задач.
- б) формальный язык связи человека с ЭВМ, предназначенный для описания данных (информации) и алгоритмов их обработки (программ) на вычислительной машине.
- в) определяется спецификой задач,
- г) определяется особенностями машины.

1.77. Этапы развития ГИС располагаются в следующем порядке:

- а) период появления электронных вычислительных машин, различных периферийных устройств
- б) период государственных инициатив
- в) период коммерческого развития
- г) пользовательский период

1.78. ИТ – разработку под названием Top Desk, разработала и представила компания:

- а) Кнайп PRO
- б) HoReCa
- в) inBook

1.79. Планшет обратной связи представила

- а) Кнайп PRO
- б) HoReCa
- в) inBook

1.80. Сервис обратной связи рестораторы:

- а) могут тестировать бесплатно в течение 30 дней
- б) могут тестировать бесплатно в течение 14 дней
- в) могут тестировать бесплатно в течение 7 дней

1.81. Цифровизация ресторанного бизнеса идет в двух направлениях (выберите неверное):

- а) общение с клиентом переходит в онлайн,



- б) сокращается количество персонала, задействованного в обслуживании и управлении
- в) сокращается количество персонала, задействованного в обслуживании, и растет число управляющих

1.82. Сервис Top Desk позволяет руководителям:

- а) оперативно корректировать финансовую и хозяйственную деятельность учреждений ресторанного хозяйства.
- б) проводить самодиагностику финансового состояния
- в) эффективно оценивать конкурентную позицию
- г) все варианты верны

1.83. Клиенты согласны ждать доставку:

- а) не больше получаса,
- б) не больше часа
- в) время не играет роли

1.84. Главным критерием для служб доставки становится:

- а) скорость
- б) качество
- в) вежливость

1.85. Сервис для геймификации:

- а) BalaLIKE.
- б) Кнайп PRO
- в) HoReCa
- г) inBook

1.86. Все технологии можно разделить на пять разновидностей, работающих в следующих направлениях (выберите лишнее):

- а) оптимизация издержек заведения;
- б) улучшение опыта гостя;
- в) упрощение оформления заказов на местах, предзаказов навынос, заказов с доставкой;
- г) организация бизнеса (приём чаевых онлайн, платёжные системы, кассовые системы и прочее);
- д) применение искусственного интеллекта и робототехники;
- е) максимизация получения прибыли.

## 2 Вопросы в открытой форме.

2.1 Потребители не являются участниками инновационного \_\_\_\_\_.

2.2 \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_ – основные предпосылки возникновения инноваций

2.3 Первые системы резервирования появились на рынке в середине \_\_\_\_\_ гг. XX в.

2.4 Продолжите фразу: «Единственный сдерживающий развитие ресторанного бизнеса фактор - \_\_\_\_\_».

2.5 Информационная технология – процесс, \_\_\_\_\_.

2.6 По мобильности выделяют \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_ предприятия общественного питания.

2.7 Информационная система – это \_\_\_\_\_.

2.8 Геймификация — это \_\_\_\_\_.

2.9 \_\_\_\_\_ - это план размещения рекламных обращений.

2.10 Наиболее распространенным методом сбора данных в ресторанном бизнесе является \_\_\_\_\_.

2.11 \_\_\_\_\_ возглавляет службу по бронированию и резервированию.

2.12 Ресторанный продукт имеет следующие составляющие: вещественную и \_\_\_\_\_.

2.13 Продолжите фразу: «Для каждого предприятия питания существуют свои приоритеты в работе, а следовательно выбор конфигурации системы автоматизации должен быть основан на понимании текущих задач и \_\_\_\_\_».

2.14 С точки зрения механизма и методов осуществления конкуренцию принято разделять на \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_.

2.15 Назовите наиболее распространенную программу класса «Полнофункциональные оригинальные системы»: \_\_\_\_\_.

2.16 Назовите программное обеспечение, базирующиеся на программном продукте «1С» \_\_\_\_\_.

2.17 Внутренние коммуникации – это \_\_\_\_\_.

2.18 Формальные коммуникации – это \_\_\_\_\_.

### **3 Вопросы на установление последовательности.**

3.1 Расположите этапы жизненного цикла мультимедийной технологии в логическом порядке

- а) освоение в производстве;
- б) диффузия (тиражирование на других объектах);
- в) рутинизация (стабильное, без изменения, использование);
- г) возникновение потребности в новшестве и его создание (приобретение прав на использование новшества у его владельца).

3.2 Установите верную последовательность этапов создания ИС:

- а) проектирование;
- б) формирование требований к системе;
- в) тестирование;
- г) реализация;
- д) ввод в действие;
- е) эксплуатация;
- ж) сопровождение.

3.3 Не автоматизированный процесс заказа блюд происходит следующим образом (установите верную последовательность):

- а) официант обслуживает остальных посетителей
- б) клиент выбирает столик
- в) официант прослушивает заказ и заносит информацию на листок, после чего относит его на кухню поварам
- г) клиент осуществляет выбор и просит официанта подойти
- д) шеф-повар подтверждает заказ и информирует о нем поваров холодного и горячего цехов
- е) к клиенту подходит официант и предоставляет ему меню
- ж) готовый заказ официант относит клиенту
- з) клиент просит счет, и официант составляет чек об оплате.

3.4 При внедрении информационной системы SmartSaloon процесс заказа происходит следующим образом (установите верную последовательность):

- а) клиент садится за свободный столик, и осуществляет заказ посредством встроенного в стол терминала;
- б) шеф-повар подтверждает заказ и распределяет его между поварами холодного и горячего цеха;

- в) оформленный заказ отправляется на терминал администратора и шеф-повара;
- г) официант забирает заказ у повара и относит клиенту;
- д) администратор отправляет уведомление о том, что заказ взят в работу официанту и клиенту;
- е) клиент на терминале завершает сеанс и выбирает удобный ему способ оплаты бесконтактный либо оплата наличными на кассе.

3.5 Расположите по важности в убывающей последовательности службы.

- а) Приема и размещения
- б) Инженерно-техническая
- в) Вспомогательная
- г) Общественного питания

3.6 Процесс разработки коммуникационной стратегии в общем виде представляет последовательность ряда этапов: (установите верную):

- а) Разработка бюджета;
- б) Определение адресатов и целей коммуникаций;
- в) Выбор структуры комплекса коммуникаций;
- г) Анализ результата.

3.7 Расположить этапы развития профессионально-ориентированных программ в хронологическом порядке:

- а) системный подход;
- б) административный подход;
- в) поведенческий подход;
- г) подход научного управления;
- д) подход с точки зрения человеческих отношений;
- е) ситуационный (проектный) подход;
- ж) процессный подход;
- з) количественный подход

3.8 Расположите этапы процесса маркетингового исследования в правильной последовательности

- а) представление и использование полученных результатов;
- б) получение первичной информации;
- в) отбор источников информации, выбор метода сбора информации;
- г) анализ данных, разработка выводов и рекомендаций;
- д) определение проблемы и постановка целей исследования;
- е) сбор и анализ вторичной информации.

3.9 Этапы развития ГИС располагаются в следующем порядке:

- а) период появления электронных вычислительных машин, различных периферийных устройств
- б) период государственных инициатив
- в) период коммерческого развития пользовательский период

3.10 Укажите верную последовательность этапов маркетингового цикла:

- а) Стратегическое и оперативное планирование;
- б) Информационно-аналитическое исследование;
- в) Оценка эффективности маркетинговых мероприятий;
- г) Создание, вывод и продвижение на рынок нового товара.

3.11 Укажите верную последовательность этапов мотивации потребителей:

- а) поиск путей удовлетворения возникшей потребности;
- б) определение направлений действия;
- в) возникновение потребности;
- г) удовлетворение потребности;
- д) осуществление действий;
- е) слепокупочное поведение.

3.12 Укажите верную последовательность этапов ценовой политики:

- а) принятие решения об установлении окончательной цены на услуги;
- б) выбор метода расчета цены;
- в) принятие целей ценообразования;
- г) определение средств ценовой политики;
- д) исследование факторов ценообразования;

3.13 Расположить этапы развития менеджмента в хронологическом порядке:

- а) системный подход;
- б) административный подход;
- в) поведенческий подход;
- г) подход научного управления;
- д) подход с точки зрения человеческих отношений;
- е) ситуационный (проектный) подход;
- ж) процессный подход;
- з) количественный подход.

3.14 Как располагают фирменные блюда в меню?

- а) В начале меню.
- б) Каждое фирменное блюдо в своей группе блюд.
- в) В конце меню.
- г) После специального предложения блюд от шеф-повара.

3.15 Указав порядковый номер, установите правильную последовательность мясных холодных блюд и закусок в меню.

- а) Мясо шпигованное.
- б) Мясо жареное.
- в) Мясная гастрономия.
- г) Мясо отварное, заливное.

3.16 Указав порядковый номер, установите правильную последовательность расположенных в меню горячих блюд из птицы.

- а) Блюда из рубленой птицы.
- б) Птица фаршированная.
- в) Птица отварная, припущенная.
- г) Птица и дичь жареная.

#### 4 Вопросы на установление соответствия

4.1 Установить соответствие между признаками классификации и группами информатизаций:

<b>признак классификации</b>	<b>группа информатизации</b>
1. Технологические параметры	а) Глобальные, крупномасштабные, локальные
2. Степень радикальности	б) Продуктовые, технологические

3. Распространенность	в) Базисные, улучшающие, псевдоинновации
4. Степень новизны	г) Новые в мире (не имеющие аналогов), новые в стране, новые в отрасли, новые для предприятия.
5. Масштаб	д) Единичные, диффузные

4.2 Установите соответствие между системой и местом ее функционирования:

Система	Место функционирования
1. HeadOffice	а) функционирует в зале ресторана
2. FrontOffice	б) структура, задействованная в центральном офисе
3. BackOffice	в) функционирует в служебных помещениях ресторана

4.3 Установите соответствие между информационной системой и ее назначением:

Информационная система	Назначение
1. системы обработки данных	а) используются на верхнем уровне управления и предназначены для решения задач по формированию стратегических целей, задач планирования, задач привлечения ресурсов и источников финансирования
2. информационные системы управления	б) предназначены для учета и оперативного регулирования хозяйственных операций, подготовки стандартных документов для внешней среды
3. системы поддержки принятия решений	в) ориентированы на тактический уровень управления, например, анализ и планирование поставок, сбыта, составление производственных программ

4.4 Установите соответствие между видом коммуникации и ее примером:

Коммуникации	Определение
1. нисходящие	а) подчиненных информируют о приоритетах, заданиях, рекомендуемых процедурах и т.д.
2. восходящие	б) банковский кассир, заметив, что новый компьютер работает медленнее старого и клиентам приходится ждать дольше, известит об этом своего непосредственного начальника, который, в свою очередь, проинформирует менеджера банка по операциям, а тот – вице-президента.

4.5 Установите соответствие между страной и уровнем доставки продуктов и еды от общего объема продаж продуктов.

Страна	Уровень доставки
США	7%
Великобритания	1%
Россия	3%

4.6 Соотнесите основные функциональные модули системы R-Keeper с их назначением:

Функциональный модуль	Назначение
1. r_keeper Manager.	а) Станция менеджера позволяет быстро настроить кассовую станцию для обслуживания гостей, управлять доступом персонала к кассовым операциям и получать отчеты по ключевым показателям работы ресторана.
2. r_keeper Store House5	б) Складской учет – управление складом, производством / кухней, себестоимостью, закупками. Модуль полностью автоматизирует управление производством, а также позволяет эффективно управлять себестоимостью,

	правильно организовать закупки и контролировать действия персонала.
3. r_keeper CashDesk.	в) Кассовая станция обеспечивает операционную деятельность. Помогает сотрудникам сосредоточиться на работе с гостями. Данный модуль позволяет не только качественно обслуживать гостей, обеспечивая индивидуальный подход, но и контролировать все действия персонала.

4.7 Соотнесите понятие и определение, установленное в "ГОСТ 30389-2013. Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования":

<b>Понятие</b>	<b>Определение</b>
1. Бар	а) Предприятие (объект) общественного питания, реализующее с потреблением на месте ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе холодные и горячие блюда, закуски, мучные кулинарные, хлебобулочные и кондитерские изделия, алкогольные и безалкогольные напитки, покупные товары.
2. Буфет	б) Предприятие (объект) общественного питания, оборудованное буфетной или барной стойкой, реализующее с потреблением на месте горячие напитки, прохладительные напитки, ограниченный ассортимент продукции общественного питания из полуфабрикатов высокой степени готовности, в том числе бутерброды, хлебобулочные и кондитерские изделия, горячие блюда несложного изготовления и покупные товары.
3. Кафетерий	в) Предприятие (объект) питания, оборудованное барной стойкой и реализующее, в зависимости от специализации, алкогольные и (или) безалкогольные напитки, горячие и прохладительные напитки, блюда, холодные и горячие закуски в ограниченном ассортименте, покупные товары.

4.8 Соотнесите типы инноваций с их спецификой:

1. Инновации в сервисе	а) Финансовые, организационные, управленческие, маркетинговые, логистические инновации
2. Концептуальные инновации	б) Применение нового более производительного и/ или эргономичного оборудования и техники; а также принципиально новых и/ или усовершенствованных технологических процессов
3. Техно-технологические инновации	в) Новые форматы заведений; необычный стиль и дизайн помещений и зданий
4. Инновации бизнес-процессов	г) Новые услуги и способы их оказания (инновации в обслуживании).

4.9 Соотнесите понятие и определение:

<b>Понятие</b>	<b>Определение</b>
1. Ресторан	а) предприятие по организации питания и отдыха потребителей с предоставлением ограниченного по сравнению с рестораном ассортимента продукции, реализуют фирменные, порционные блюда, кондитерские изделия, напитки.
2. Кафе	б) предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, вино-

	водочные и кондитерские изделия, с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха.
3. Столовая	в) предприятие общественного питания, общедоступное или обслуживающее определенный контингент потребителей, производящее и реализующее блюда и кулинарные изделия в соответствии с меню, различающимся по дням недели.

4.10 Соотнесите профессионалов своего дела с их достижениями:

Профессионал	Достижение
1. Уолтер Эндерсон	а) Киоск в HotShopper
2. Лидвал	б) Астория
3. Уиллард Марриотт	в) Сеть гамбургерных закусовых, WhiteCastle

4.11 Установите верное соответствие понятий и их характеристик

Понятие	Характеристика
1. Чистая прибыль	а) К прибыли от продаж прибавить прочие доходы и отнять прочие расходы
2. Прибыль от продаж	б) Выручка от реализации товаров, продукции, услуг, работ минус себестоимость проданных товаров, продукции, работ и услуг
3. Прибыль до налогообложения	в) Из валовой прибыли вычитаются коммерческие и управленческие расходы
4. Валовая прибыль	г) Прибыль до налогообложения минус текущие налоги

4.12 Соотнесите аббревиатуру с каналами коммуникации:

Аббревиатура	Каналы коммуникации
1. ATL	а) сайт, аккаунты в социальных сетях, страницы на отзовиках, фотографии на картах
2. LSM	б) витрины, стены, текст в счете, описания в меню, текст на упаковке для доставки
3. PR	в) публикации в изданиях (от печатных до диджитал), размещения у блогеров, проведение мероприятий для продвижения ресторана
4. Indoor	г) листовки и промоматериалы
5. Digital	д) классическая реклама на радио, ТВ, наружная реклама

4.13 Установите соответствие между типами задач, решаемых с помощью информационных систем, и целью их использования:

1. структурированные	а) полная автоматизация решения, т. е. сведение роли человека к минимуму
2. неструктурированные	б) использование специальных систем, базирующихся не на информации, а на базах знаний
3. частично структурированные	в) возможность применения системы, в которой генерируемая информация анализируется оператором.

4.14 Установите соответствие:

1. Встреча журналистов с представителями организаций или со знаменитыми персонами	а) Релиз-резюме
2. Визит группы журналистов по приглашению	б) Пресс-конференция
3. Встреча с журналистами по заранее определенной программе	в) Объявление

4. Краткое изложение основных моментов отчета, выступления или презентации	г) Пресс-визит
5. Короткое сообщение, состоящее из нескольких предложений	д) Пресс-прием

#### 4.15 Соотнесите понятия и определения.

Понятия	Определения
1. Цель ресторанного бизнеса	а) Жизненно необходимый элемент деятельности ресторана.
2. Информационное обеспечение	б) Получение прибыли, удовлетворение потребностей населения.
3. Средства информации	в) Средства, направленные на доведение до потребителя сведений о деятельности ресторана.

**Шкала оценивания результатов тестирования:** в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по шкале (*указать нужно: по 5-балльной шкале или дихотомической шкале*) следующим образом:

#### Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал

Сумма баллов по 100-балльной шкале	Оценка по дихотомической шкале
100-50	зачтено
49 и менее	не зачтено

#### **Критерии оценивания результатов тестирования:**

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **1 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

### **2.3 КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАЧИ**

*Компетентностно-ориентированная задача № 1.* Гостинично-ресторанный комплекс планирует введение инновационного продукта в свою деятельность. Отдел, который будет подвергнут изменениям – СПИР. Какому порядку действий должен придерживаться руководитель, чтобы весь инновационный процесс не повлек за собой снижение прибыли и потерю целевых групп?

*Компетентностно-ориентированная задача №2.* В ресторане планируют провести свадебное торжество. Необходимо подготовить банкетное обслуживание на 50 человек в период с 14 до 23 часов. Разработать меню для свадебного торжества в ресторане класса люкс (наименование блюд, выход порции, количество, цена, стоимость, ответственный).



*Компетентностно-ориентированная задача №3* Проанализируйте программы бухгалтерского учёта, складских операций и управления контрольно-кассовым оборудованием, которые могут быть использованы в деятельности предприятий общественного питания. Выберите на ваш взгляд наиболее эффективную. Ответ обоснуйте.

*Компетентностно-ориентированная задача №4.* Дайте развернутую характеристику back-офисных систем и front-офисных систем. Как в зависимости от формата заведения будут меняться определенные модули, разрабатываемые для определенного вида бизнеса.

*Компетентностно-ориентированная задача № 5.* В службу приема и размещения 4-звездочного отеля обратился гость. Возникают технические неполадки с компьютером. Гость утверждает, что у него забронировано и оплачено размещение, однако никаких документов, распечаток, ваучеров не предъявляет. Решите проблему.

*Компетентностно-ориентированная задача № 6.* На рост численности ресторанов в России сильно повлияли популяризация и развитие сегмента Fast Food. Благодаря активной продаже франшиз крупнейшими международными сетями количество кафе и ресторанов данного типа в стране увеличилось. Проведите анализ развития сегмента Fast Food в Курской области за последние 10 лет.

*Компетентностно-ориентированная задача № 7.* Представьте механизмы и методы осуществления неценовой конкуренции для ресторанных предприятий г. Курска.

*Компетентностно-ориентированная задача № 8.* Многие менеджеры считают целью бизнеса получение прибыли, в то время как другие видят эту цель в создании и удержании клиентуры. Объясните, как эти противоположные точки зрения могут повлиять на взаимоотношения ресторана со своими клиентами. Если менеджер считает своей целью привлечь и удержать клиента, значит ли это, что его не интересует прибыль?

*Компетентностно-ориентированная задача № 9.* Составьте опросник с вопросами, направленными на выяснение мнений, предпочтений, установок клиентов в отношении какого-либо ресторана г. Курска.

*Компетентностно-ориентированная задача № 10.* Перспективным направлением заочного анкетирования является проведение опросов *через Интернет*. Это предполагает размещение анкет или рекламных объявлений на тематических или поисковых страницах (сайтах). Разработайте вопросы для одного из таких сайтов, с целью оценить интерес к программам лояльности вашего ресторана. Предусмотрите, как активные участники опроса могут пройти процедуру регистрации и какую дисконтную карту они смогут получить от вашего ресторана.

*Компетентностно-ориентированная задача № 11.* Фирма, работающая на основе инновационной маркетинговой концепции, объединяет все моменты, способствующие удовлетворению потребителя. Объясните, почему это особенно важно для индустрии гостеприимства.

*Компетентностно-ориентированная задача № 12.* Каким образом служба бронирования в ресторане, занимающаяся прогнозом будущего развития, может управлять спросом?

*Компетентностно-ориентированная задача № 13.* Перечислите некоторые из наиболее обычных способов, какими пользуется руководство ресторана для обеспечения постоянства качества обслуживания, и чтобы избежать потерь. Обоснуйте ответ.

*Компетентностно-ориентированная задача № 14.* Ресторан готовится к очередному «межсезонному» периоду, представьте, что вы менеджер ресторана, знающий что через шесть месяцев в вашем бизнесе будет двухнедельный период низкой активности. Как можно избежать потерь?

*Компетентностно-ориентированная задача № 15.* Приведите пример какой-нибудь тенденции в развитии каждого из элементов макросреды и объясните, как эта тенденция повлияла на жизнь какого-либо ресторана.

*Компетентностно-ориентированная задача № 16.* Какой тип исследования наиболее продуктивен в следующих ситуациях и почему:

а) Вкусно и Точка хочет узнать, какое влияние оказывают дети на сбыт его продукции;

б) Hilton хочет собрать информацию о том, что думают заезжие бизнесмены о разнообразии меню, самих блюдах и об обслуживании в их ресторане;

в) Bennigan's обдумывает вопрос об открытии своего отделения в быстро растущем пригороде;

г) Arby's хочет проверить эффект двух рекламных тем по горячим сэндвичам в двух городах;

д) чиновник, ответственный за туризм в вашем регионе, хочет знать, как ему лучше потратить представительские деньги.

*Компетентностно-ориентированная задача № 17.* Определить целевую аудиторию или группу (на примере ресторана, гостинично-ресторанного комплекса и т.д.) ресторанных услуг, по любой из изученных методик.

*Компетентностно-ориентированная задача № 18.* Выберите крупный ресторан с известной фирменной маркой и объясните, как маркетинговое предложение этого ресторана соответствует потребностям его целевого рынка.

*Компетентностно-ориентированная задача № 19.* Подготовить мини-проект по теме «Новый ресторанный продукт» на примере ....ресторана.

*Компетентностно-ориентированная задача № 20.* Опишите продукт, получаемый клиентом:

а) в ресторане быстрого обслуживания;

б) в ресторане полного обслуживания;

в) при пребывании в четырехзвездной гостинице.

*Компетентностно-ориентированная задача № 21.* От клиентов исходит меньше трети идей о новых продуктах. Противоречит ли это философии маркетинговой концепции, гласящей «Найди потребность и удовлетвори ее»? Почему да или почему нет? Ответ обоснуйте.

*Компетентностно-ориентированная задача № 22.* Как знание о жизненном цикле продукта может помочь менеджеру ресторана при составлении меню?

*Компетентностно-ориентированная задача № 23.* Подготовка к тренингу «Продажи дополнительных услуг методом «Cross-seling». «Тренинг активных продаж».

*Компетентностно-ориентированная задача № 24.* Составьте план договора франчайзинга для гостинично-ресторанной сети и представителя управляющей компании зарубежом.

*Компетентностно-ориентированная задача № 25.* Подготовить мини-проект по теме: «Внедрение новых технологий в каналы распространения услуг в сфере гостеприимства».

*Компетентностно-ориентированная задача № 26.* Разработать бланк резюме для потенциального работника в отдел предварительных заказов в ресторане.

*Компетентностно-ориентированная задача № 27.* Построить базовую модель мотивирования продающего персонала.

*Компетентностно-ориентированная задача № 28.* Под видом клиента, интересующегося доставкой еды, обзвоните 10 предприятий и проанализируйте профессионализм менеджеров, осуществлявших с вами телефонный контакт. В каких организациях вам захотелось бы заказать еду, а в каких нет? Ответ обоснуйте.

*Компетентностно-ориентированная задача № 29.* Проведя анализ одной из гостиниц города Курска, составить план по введению новации в работу ГРК. Главная роль Новации – увеличение потока потребителей ресторанного продукта.

*Компетентностно-ориентированная задача № 30.* На основании культурного кода города Курска разработайте модель фронтального вида гостинично-ресторанного комплекса после преобразования по рекомендациям. (ГРК на выбор)

**Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи:** в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал

<i>Сумма баллов по 100-балльной шкале</i>	<i>Оценка по дихотомической шкале</i>
100-50	зачтено
49 и менее	не зачтено

**Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи: 6-5 баллов** выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

**4-3 балла** выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

**2-1 балла** выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

**0 баллов** выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена.