



Основная (дополнительная) образовательная программа
курса «Открытие кофейни с «0»»
"Общество с Ограниченной Ответственностью «БОСТОН»"
(наименование образовательной организации)

на 2019 - 2020 год

г. 2019

"01" февраля 2019 г.

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Основная (дополнительная) образовательная программа курса "Открытие кофейни с «0»" Общества с Ограниченной ответственностью «БОСТОН» (далее - "Программа" и "Организация") на 2019 - 2020 годы определяет цели, задачи, планируемые результаты, содержание и организацию образовательного процесса на ступени дополнительного образования взрослых и направлена на формирование общей культуры, повышения уровня образования в сегменте HoReCa.
- 1.2. Программа реализуется Организацией через урочную и внеурочную деятельность с соблюдением требований государственных санитарно-эпидемиологических правил и нормативов.
- 1.3. Внеурочная деятельность осуществляется для развития навыков в таких формах, как участие в городских конкурсах по направлениям обучения, посещение мастер классов от именитых наставников в сфере HoReCa, экскурсии на заводы по производству напитков и т.д.
- 1.4. Реализация Программы осуществляется самой Организацией.
- 1.5. Программа соответствует типу и виду образовательной Организации, преемственна по отношению к основной (дополнительной) образовательной программе по профессии "Открытие кофейни с «0»".

II. ЦЕЛЕВОЙ РАЗДЕЛ

- 2.1. Общее назначение Программы: является качественное освоение студентами общих и профессиональных компетенций по программе подготовки специалистов высшего звена.
- 2.2. Цели Программы: подготовка студентов к самостоятельной работе в общественном питании освоение студентами специфики работы с гостями.
- 2.3. Задачи Программы: реализация процесса обслуживания в организациях общественного питания.
- 2.4. Пояснительная записка

Курс Открытие кофейни с «0» направлен на изучение практических и теоретических положений обслуживания потребителей организаций общественного питания. Выполнять подготовку залов к обслуживанию в соответствии с его характером, типом и классом организации общественного питания. Обслуживать потребителей, контроль за соблюдением сотрудниками стандартов внешнего вида и обслуживания гостей. Эксплуатировать инвентарь, весоизмерительное и торгово-технологическое оборудование в процессе обслуживания. Качественная подготовка кадров для сферы HoReCa является основной задачей курсов. Курс позволяет сформировать основные навыки по работе с гостями и сотрудниками применяя психологию и знания в области конфликтологии, получить знания в области маркетинга и разработки концепции ресторана, финансах и отчётах. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.

Также освоить базовые принципы обслуживания потребителей организаций общественного питания всех форм собственности, различных видов, типов и классов.

Программа предусматривает проведение семинарских и практических занятий. В самостоятельную работу студента по освоению дисциплины входит:

- чтение и анализ дополнительной литературы по предмету;
- подготовка к внутреннему тестированию, и подготовка презентации;

III. УЧЕБНО - ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование темы, разделы	Всего трудоемкость (акд./час)	Аудиторные занятия		
			Всего (акд./час)	Лекции (астр./час)	Аттестация (акд./час)
1	История кофе. Места произрастания кофе. Ботаника кофе. Разведение кофе. Выращивание и уход за деревом. Сбор урожая. Обработка кофейных ягод. Зеленый кофе. Хранение зеленого кофе. Дефекты. Specialty Coffee.	2	2	1,5	1
2	Командообразование и мотивация Теория поколений Поколение Z как с ними работать Система набора и управления ценностями	3,7	3,7	2,5	0
3	Психология личности и типология гостя Психологическая основа отношений с гостем Типология гостей. Коммуникация	3,7	3,7	2,5	0
4	Экономика предприятия, продажи Основы управленческого учета Финансы Финансовые показатели Анализ продаж	3,7	3,7	2,5	0
5	Маркетинг в ресторанном бизнесе Локальный маркетинг Как повысить выручку ресторана Акции 7 кругов успеха ROI: оценка эффективности маркетинга	3,7	3,7	2,5	0
6	Внешние и внутренние проверки ресторана. Программа Производственного контроля (ХАССП)	3,7	3,7	2,5	1
7	Компьютер и программное обеспечение в жизни ресторана. Виды программного обеспечения на примере R-keeper (Часть 1)	3,7	3,7	2,5	0
8	Как выявить обман со стороны сотрудников. Контроль. Виды программного обеспечения на примере R-keeper (Часть 2)	3,7	3,7	2,5	0
9	Концепция. Личность бренда, позиционирование и создание продукта	3,7	3,7	2,5	0
10	Декофеиновый кофе. Кофе – инстант и ароматизированный кофе. Искусство обжарки кофе. Методы приготовления кофе.	1,7	1,7	2	0
11	Эспрессо напитки. Отработка эспрессо	3,7	3,7	2,5	0
12	Расширение молока. Капучино, латте	3,7	3,7	2,5	0
13	Эспрессо-машины. Система однокотловой и двухкотловой машины. Обслуживание оборудования. Кофемолка, её основные узлы. Типы настройки помола.	3,7	3,7	2,5	
	Внеурочная деятельность	3,6	0	0	0
	Аттестация	2	2	0	2

	Итого:	50	46,4	30	2
--	---------------	-----------	-------------	-----------	----------

IV. ОРГАНИЗАЦИЯ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

4.1. Вопросы для оценки качества освоения дисциплины.

1. Назовите основные функциональные обязанности управляющего?
2. Теория поколений. Поколение «Z»
3. Что такое концепция?
4. Тайм менеджмент, как распланировать эффективно свой день?
5. Какие кофейные коктейли вы знаете?
6. Какие разрешительные документы являются обязательными для работы предприятия?
7. Знаменитые кофейные сорта. Регион произростания.
8. Инвентаризация – это...?
9. Как можно избежать отрицательных результатов инвентаризации?
10. На основании чего рассчитывается заявка продукции для бара?
11. Какие операции можно производить в системе R-kerper?
12. Опишите 5 шагов сервиса?
13. Что является основанием для отпуска барной продукции официанту?
14. Каким путём можно решить конфликтную ситуацию с гостем, в случае если вы случайно пролили на него бокал вина. Разобрать по типу гостей?
15. Контроль качества блюд и напитков. Основные инструменты?
16. Что такое КХБ. Приведите пример?
17. Семь кругов локального маркетинга, и какие являются основными?

V. РЕКОМЕНДУЕМАЯ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчётов или расчётов с использованием платёжных карт» от 22 мая 2003г. № 54-ФЗ.
2. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». - М.: Издательство «Омега-Л»: 2010.- 46с. (Законы Российской Федерации).
3. Библия бармена Автор: Федор Евсевский Издательство: Евробукс Год издания: 2004 Число страниц: 270, с цв. илл.
4. Оборудование торговых предприятий: учебник для проф. образования / Т.Р. Парфентьева, Н.Б. Миронова, А. А. Петухова - 3-е изд. перераб. - М.: издательский центр «Академия», 2007.- 208с.
5. Яковенко Н.В. Кассир торгового зала: учеб. Пособие для нач. проф. образования / Н.В. Яковенко. - М.: Издательский центр «Академия», 2008. - 224с. - (ускоренная форма подготовки).
6. Арустамов Э.А. Оборудование предприятий торговли: Учебное пособие. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К, 2008. -452с.
7. Кащенко В.Ф., Кащенко Л.В. Торговое оборудование: Учебное пособие. - М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2008 - 398с.
8. Арустамов Э.А. Охрана труда в торговле: Учебник. - М.: Издательский центр «Академия», 2010.- 160с.
9. Закон Российской Федерации «Об энергосберегающих технологиях»
10. Библия бариста Профессиональный кофе. Автор: Денисов Д.В. Год издания: 2004

Дополнительные источники:

1. Все дело в людях. Ваш ресторан: как из персонала сделать команду Автор:Елена Победоносцева Редактор: Аносова Елена. Издательство: Ресторанные ведомости, 2017
2. Ирина Авруцкая: Битва за гостя. Стратегия и тактика ресторанного маркетинга Редактор: Пьянков Александр Издательство: Ресторанные ведомости, 2015 г.
3. Сервис в стиле casual. Стандарты обслуживания для хостес и официантов ресторана демократичного формата Автор: Инесса Ермишкина 2018 г.
4. Ольга Курочкина «Ресторан: работа над ошибками» ООО «Информационная группа «Ресторанные ведомости», 2014
5. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». - М.: Издательство «Омега-Л»: 2010.- 46с. (Законы Российской Федерации).
6. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем, Автор: Фил Барден , 2017 г.