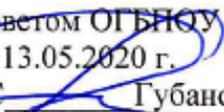


**Департамент образования и науки Костромской области
Областное государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
«Костромской торгово-экономический колледж»**

РАССМОТРЕНО
Методическим советом ОГБПОУ «КТЭК»
Протокол № 7 от 13.05.2020 г.
Председатель МС  Губанов С.А.

Разработчик: Крупикова М.Ю.,
преподаватель ОГБПОУ «Костромской
торгово-экономический колледж»

РАССМОТРЕНО
Педагогическим советом ОГБПОУ «КТЭК»
Протокол № 7 от 11.06.2020 г.
Приказ ОГБПОУ «КТЭК»
от 11.06.2020 г. № 183/п

Зам. директора 
Смирнова А.А.

**Дополнительная профессиональная программа повышения
квалификации
Важность меню, как средства информации и инструмента продаж**

2020 г.

ОПИСАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. **Название программы:** Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации «Важность меню, как средства информации и инструмента продаж»

2. **Категория слушателей:** Работники общественного питания, имеющие среднее и (или) высшее профессиональное образование. Лица, имеющие не ниже среднего профессионального образования и относящиеся к группам занятий: Работники общественного питания.

3. **Цель освоения модуля:** приобретение слушателями новых компетенций или совершенствование компетенций, полученных ими ранее в сфере общественного питания (повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации).

4. **Форма обучения** Очная с применением дистанционных образовательных технологий/ 36 часов

5. **Освоение модуля предполагает достижение следующего(щих) уровня(ей) квалификации** в соответствии с профессиональным стандартом Повар, утвержденным Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2015 г. № 610н и требованиями заказчика.
и требованиями заказчика.

6. **Образовательные результаты:**

Слушатель, освоивший программу, должен обладать профессиональной компетенцией разработчик меню на предприятиях общественного питания.

7. **Результаты обучения:**

В результате освоения модуля слушатель должен приобрести знания и умения, необходимые для качественного изменения перечисленной выше профессиональной компетенции. Слушатель должен

знать:

- характеристику блюд, изделий и напитков, включенных в меню;
- правила сочетаемости напитков и блюд;

уметь:

- предлагать потребителям блюда и предоставлять краткую информацию о них в процессе обслуживания;
- консультировать потребителей по выбору вин, крепких спиртных и прочих напитков, их сочетаемости с блюдами;

иметь практический опыт:

- предложения потребителям организации питания меню, карты вин и других напитков;
- рекомендации потребителям организации питания по выбору закусок, блюд и напитков;

8. Учебный план

№ п/п	Наименование разделов	Всего, час	Аудиторные занятия		Дистанционные занятия		СРС, час.	Промежуточная аттестация, час
			из них		из них			
			теоретические занятия (лекции)	практические занятия	теоретические занятия (лекции)	практические занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Основы правильного питания	8	-	-	6	2	-	-
2.	Виды меню и алгоритмы его составления	10	4	6	-	-	-	-
3.	Средства информации меню с учетом категории заказчика	16	2	12	2	-	-	-
Промежуточная аттестация по модулю		2	-	-	-	-	-	2 зачет
Всего:		36						

9. Календарный учебный график

Наименование разделов (дисциплин, практик, стажировок, иных видов учебной деятельности)	Объем нагрузки, ч.	Учебные недели									
		1	2	3							
1 раздел	8	8									
2 раздел	10	4	6								
3 раздел	16		6	10							

10. Организационно–педагогические условия*10.1 Материально-технические условия реализации программы*

Вид ресурса	Характеристика ресурса и количество
Аудитория	Учебный класс, оснащенный посадочными местами по количеству обучающихся и рабочее место преподавателя.
Учебный торговый зал ресторана	Для приобретения практических навыков по обслуживанию посетителей – 12 часов
Компьютерный класс	Для теоретических и практических занятий -12 час
Программное обеспечение для реализации программы на основе дистанционных образовательных технологий или в рамках смешанного обучения	Смешанное обучение с использованием системы MOODL колледжа
Канцелярские товары	Бумага для принтера, ручки, маркеры.
Другое	Образцы столовой посуды и предметов сервировки столов, типовые бланки меню различных предприятий питания.

10.2. Кадровые ресурсы

Вид ресурса	Характеристика ресурса и количество
Руководитель проекта/куратор	Руководитель ресурсного центра
Разработчик контента	Преподаватель
Лектор	Преподаватель
Модератор	Преподаватель, мастер производственного обучения
Тьютор	Куратор

10.3. Учебно-методическое обеспечение модуля

1. Анфимова Н.А. Кулинария.[Текст]: учебник. – М: Академия, 2020. – 284с.
2. Безруких М.М., Филиппова Т.А., Макеева А.Г. Разговор о правильном питании. Методическое пособие для учителя. М., «НЕСТЛЕ» «ОЛМА-ПРЕСС ИНВЕСТ», 2019 - 80с.

3. Богушева, В.И. Технология приготовления пищи [Текст]: учебное пособие / В.И. Богушева. - 2-е изд., стер. - Ростов н/Д: Феникс, 2015. - 374 с.
4. Иванов Н.Н. Калорийность питания. -Ростов-на-Дону: Феникс, 2019. -168 с.
5. Королев А.А. Гигиена питания: учебник для студентов - 2-е изд. Перераб. и доп.- Москва: Academia, 2017. – 527с
6. Матюхина З.П. Основы физиологии питания, санитарии и гигиены:10-е издание, учебник – Москва: - «Академия», 2017 – 253с.
7. Мармузова Л.В. Основы микробиологии, санитарии и гигиены в пищевом производстве: 10-е издание, учебник – Москва: - «Академия», 2017 – 154с.
8. Усов В.В. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания, учебник. – М: Академия 2018 – 268с.
- 9.Потапова И.И. Организация и контроль текущей деятельности сотрудников службы питания, учебник. – М: Академия 2019 – 322с.

Электронные образовательные ресурсы:

1. Васильева, И. В. Технология продукции общественного питания: учебник для СПО [Электронный ресурс] / И. В. Васильева, Е. Н. Мясникова, А. С. Безряднова. – М.: Юрайт,2016. – 412 с. - URL: www.biblio-online.ru
2. ЭУМК: Основы микробиологии, физиологии питания, санитарии и гигиены. Лаушкина Т.А. СЭО 3.0- М.: Академия, 2017
3. Электронный учебно-методический комплекс «Поварское и кондитерское дело», универсальная сетевая версия (для обеспечения групповой работы в компьютерном классе в т.ч. с мультимедийным оборудованием/Windows – приложение) - Саратов: ООО КОРПОРАЦИЯ «ДИПОЛЬ», 2017
4. Электронный учебно-методический комплекс «Поварское и кондитерское дело», SCORM-версия для MOODLE (для дистанционного обучения/Windows/Linux – приложение) - Саратов: ООО КОРПОРАЦИЯ «ДИПОЛЬ», 2017

11. Оценка качества освоения программы

11.1 Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по программе:

Наименование разделов учебного плана	Технология и/или метод(ы) проведения оценочного мероприятия ⁸	Шкала оценки (баллы, «зачтено» / «не зачтено»)	Размещение оценочных материалов ⁹

Основы правильного питания	ТА/ЗА	10 баллов	В системе MOODL
Виды меню и алгоритмы его составления	ТА/ЗА	10 баллов	В системе MOODL
Средства информации меню с учетом категории заказчика	ВР	10 баллов	Учебный торговый зал ресторана (раздел Учебных модулей)
Промежуточная аттестация по модулю	ГД	10 баллов	В системе MOODL

11.2 Примеры оценочных материалов для разделов учебной программы:

1. Дайте определение меню - это:

- перечень всевозможных блюд, закусок, кулинарных изделий и напитков, предложенных посетителям на данный день;
- перечень блюд, закусок и напитков с указанием цены и выхода, имеющихся в продаже в течение всего времени работы;
- рекламное средство, продвигающее услуги предприятия питания;
- связующее звено между предприятием и посетителем.

2. Назовите условные типы дизайна папок меню:

- текст;
- текст с графикой;
- фотография блюд;
- все выше перечисленные.

3. Какие наиболее распространенные виды меню Вы знаете?

- а-ля карт (*a la carte*);
- табльдот (*table d'hote*);
- дю жур (*du jour*);
- все выше перечисленные.

4. В современном экономическом словаре реклама трактуется как –

- одна из функций маркетинга, объединившая в себе экономические, правовые, психологические методы воздействия на человека и уведомление потенциальных посетителей о товарах, услугах, их качестве, цене, достоинствах, особенности безопасности и экономичности применения;
- средство коммуникации, позволяющее фирме передать сообщение потенциальным покупателям, прямой контакт с которыми не установлен;
- открытое оповещение фирмой потенциальных покупателей, потребителей товаров и услуг об их качестве, достоинствах, преимуществах, а также о заслугах самой фирмы;

- неличная форма коммуникации, осуществляемая через средство платных средств распространения информации, с четко указанным источником финансирования.

5. Какой вид рекламы считается лучшим?

- печатная реклама, панно, транспоранты;
- вывеска, эмблема предприятия;
- отличное качество блюд и высокая культура обслуживания;
- мастер-классы, выставки-продаж, лотереи.

И так далее(в дистанционной системе, всего 10 вопросов, дается 2 попытки).

11.3 Критерии и шкала оценки для промежуточной аттестации по программе:

Критерии оценивания	Балл
Тесты с автоматической обработкой по первому и второму разделу	20
Итоговый тест	10
ИТОГО:	30

Слушатель считается успешно прошедшим промежуточную аттестацию по программе при получении 60% от общего количества баллов, полученных при всех видах аттестации, то есть 18 баллов.