



Федеральное агентство по рыболовству  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Калининградский государственный технический университет»  
(ФГБОУ ВО «КГТУ»)

УТВЕРЖДАЮ  
И.о. директора института

Фонд оценочных средств  
(приложение к рабочей программе модуля)  
**«ПРОЕКТНЫЙ ПРАКТИКУМ»**

основной профессиональной образовательной программы бакалавриата  
по направлению подготовки

**19.03.04 ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДУКЦИИ  
И ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

Профиль программы  
**«БАЛТИЙСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА ГАСТРОНОМИИ»**

ИНСТИТУТ  
РАЗРАБОТЧИК

агроинженерии и пищевых систем  
кафедра технологии продуктов питания

## 1 РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1 Результаты освоения дисциплины

Таблица 1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными компетенциями

Код и наименование компетенции	Дисциплина	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями
<p>ПК-1: Способен управлять, планировать и координировать деятельность отдельных департаментов и предприятий индустрии питания в целом, участвовать в принятии экономических решений и управлении текущей деятельностью служб и подразделений предприятия индустрии питания, контролировать безопасность на всех этапах жизненного цикла продукции;</p> <p>ПК-2: Способен формировать и реализовывать кулинарную концепцию предприятия с учетом современных тенденций, потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания</p>	<p>Проектный практикум</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- маркетинговые стратегии</li> <li>современные тенденции технологического производства продукции индустрии питания;</li> </ul> <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять инструменты ресторанного маркетинга;</li> </ul> <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки кулинарной концепции заведений индустрии питания с учетом современных тенденций, потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания;</li> <li>- навыками публичного представления и защиты проекта.</li> </ul>

1.2. К оценочным средствам текущего контроля успеваемости относятся:

- тестовые задания открытого и закрытого типов;

К оценочным средствам для промежуточной аттестации относятся:

- экзаменационные задания по дисциплине, представленные в виде тестовых заданий закрытого и открытого типов.

Промежуточная аттестация в форме экзамена проходит по результатам прохождения всех видов текущего контроля успеваемости. В отдельных случаях (при не прохождении всех видов текущего контроля) зачет может быть проведен в виде тестирования.

### 1.3 Критерии оценки результатов освоения дисциплины

Универсальная система оценивания результатов обучения включает в себя системы оценок: 1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»; 2)

«зачтено», «не зачтено»; 3) 100 – балльную/процентную систему и правило перевода оценок в пятибалльную систему (табл. 2).

Таблица 2 – Система оценок и критерии выставления оценки

Система оценок	2	3	4	5
	0-40%	41-60%	61-80 %	81-100 %
Критерий	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»	«зачтено»		
<b>1 Системность и полнота знаний в отношении изучаемых объектов</b>	Обладает частичными и разрозненными знаниями, которые не может научно-корректно связывать между собой (только некоторые из которых может связывать между собой)	Обладает минимальным набором знаний, необходимым для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает набором знаний, достаточным для системного взгляда на изучаемый объект	Обладает полной знаниями и системным взглядом на изучаемый объект
<b>2 Работа с информацией</b>	Не в состоянии найти необходимую информацию, либо в состоянии находить отдельные фрагменты информации в рамках поставленной задачи	Может найти необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, интерпретировать и систематизировать необходимую информацию в рамках поставленной задачи	Может найти, систематизировать необходимую информацию, а также выявить новые, дополнительные источники информации в рамках поставленной задачи
<b>3 Научное осмысление изучаемого явления, процесса, объекта</b>	Не может делать научно корректных выводов из имеющихся у него сведений, в состоянии проанализировать только некоторые из имеющихся у него сведений	В состоянии осуществлять научно корректный анализ предоставленной информации	В состоянии осуществлять систематический и научно корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные задачи	В состоянии осуществлять систематический и научно-корректный анализ предоставленной информации, вовлекает в исследование новые релевантные поставленные задачи, предлагает новые ракурсы поставленной задачи
<b>4 Освоение стандартных алгоритмов решения профессиональных задач</b>	В состоянии решать только фрагменты поставленной задачи в соответствии с заданным алгоритмом, не освоил предложенный алгоритм, допускает ошибки	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом	В состоянии решать поставленные задачи в соответствии с заданным алгоритмом, понимает основы предложенного алгоритма	Не только владеет алгоритмом и понимает его основы, но и предлагает новые решения в рамках поставленной задачи

## 2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Компетенция ПК-1: Способен управлять, планировать и координировать деятельность отдельных департаментов и предприятий индустрии питания в целом, участвовать в принятии экономических решений и управлении текущей деятельностью служб и подразделений предприятия индустрии питания, контролировать безопасность на всех этапах жизненного цикла продукции

**Тестовые задания открытого типа:**

1. Функция маркетинга, предполагающая исследование и выбор целевых рынков, изучение потребителей и сегментирования рынка услуг общественного питания, фирменной и товарной структуры рынка, внутренней среды предприятия индустрии питания называется \_\_\_\_\_.

**Ответ: аналитическая**

2. Оценка влияния факторов макросреды на деятельность предприятия индустрии питания осуществляется с использованием матрицы: \_\_\_\_\_.

**Ответ: PEST-анализа**

4. Инструмент управления бизнес-процессами, помогающий руководству анализировать результативность предприятия индустрии питания путём определения ключевых показателей эффективности (KPI), называется \_\_\_\_\_.

**Ответ: система сбалансированных показателей (ССП)**

5. Обязанностью руководителей среднего и низшего звена предприятия в целом, а также специалистов подразделений и департаментов, при организации плановой деятельности на предприятии индустрии питания является разработка \_\_\_\_ планов.

**Ответ: оперативных**

6. Функция планирования, которая позволяет предприятию и его подразделениям адаптироваться в изменениям внешней среды – это \_\_\_\_\_.

**Ответ: адаптивная**

7. Концепция управления маркетингом, основанная на утверждении о том, что потребитель отдаст предпочтение товарам и услугам, качество, свойства и характеристики которых постоянно улучшаются, называется \_\_\_\_\_:

**Ответ: совершенствования товара (товарная)**

8. Характеристика продукции и услуг, показывающая их отличие от товаров и услуг конкурента – это \_\_\_\_\_.

**Ответ: Конкуренентоспособность**

9. Какое количество элементов включает комплекс маркетинга предприятия общественного питания?

**Ответ: 7**

10. Комплекс свойств услуги, проявление которых при обычных условиях ее оказания не подвергает недопустимому риску жизнь, здоровье и имущество потребителя – это \_\_\_\_\_ услуги.

**Ответ: безопасность**

11. Для повышения доверия клиента к предприятию в сфере услуг общественного питания (индустрии питания) компании необходимо использовать элементы физической среды при обслуживании и это будет называться \_\_\_\_\_ обслуживания.

**Ответ: материализация (материализацией)**

**Тестовые задания закрытого типа:**

12. Установите соответствие между принципами сегментирования потребительского рынка в индустрии питания и признаками сегментов:

Принцип сегментирования	Признак сегментирования
1. Географический	А) Удаленность от предприятия; ландшафт; плотность населения; уровень экономического развития; уровень урбанизации; уровень развития торговой инфраструктуры; транспортная сеть
2. Демографический	Б) Возраст; пол; семейное положение; размер и жизненный цикл семьи; профессия; род занятий; религия; национальность
3. Поведенческий	В) Стиль, образ жизни; личностные характеристики; социальный слой (класс)
4. Психографический	Г) Реакция потребителя на нововведения; отношение к товару; отношение к цене и качеству товара; степень приверженности к услугам; степень случайности посещения заведения; степень лояльности к предприятию или товару; обстоятельства применения услуг

	Д) Количество детей в семье; половозрастные коэффициенты потребления; образование и возраст главы семьи
--	---

**Ответ: 1 – А; 2 – Б, Д; 3 – Г; 4 - В**

13. Приведите в соответствие направления деятельности предприятия и измерители, применяемые в системе сбалансированных показателей для их оценки:

Направление деятельности предприятия	Измерители
1. Финансы	А) Эффективность рекламы и стимулирования сбыта, показатели интенсивного и эффективного распределения, средняя доля в обороте, цена единицы продукции по сравнению с конкурентами, размер дополнительного товарооборота от рекламы, мнение потребителя о ценах и качестве продукции/услуг фирмы, количество рекламаций, процент новинок в объеме реализации, показатели ассортимента, доля новых или постоянных покупателей, доля рынка, доля голоса в рекламе, количество новых клиентов, число повторных продаж
2. Внутренние процессы	Б) Уровень квалификации, число специалистов с высшим образованием, затраты на обучение персонала, удовлетворенность сотрудников, численность персонала, возрастная структура персонала
3. Маркетинг	В) Валовая выручка, валовая прибыль, чистая прибыль, показатели ликвидности, платежеспособности, оборачиваемости и рентабельности, себестоимость продаж
4. Кадры	Г) Время обработки и выполнения заказа, стоимость транспортировки, виды и количество предоставляемых дополнительных услуг, уровень складских запасов готовой продукции, затраты на содержание складов, себестоимость единицы продукции, уровень брака, уровень загрузки производственных мощностей
	Д) емкость рынка, эластичность спроса, уровень конкуренции, изменчивость цен

**Ответ: 1-В, 2-Г, 3-А, 4 – Б**

14. Система индикаторов результативности деятельности предприятия индустрии питания в целом, его служб, департаментов и подразделений включает:

*Выберите несколько вариантов ответа*

- а) экономические индикаторы;**
- б) культурные индикаторы;
- в) экологические индикаторы;**
- г) социальные индикаторы;**
- д) демографические индикаторы.

15. Макросреда предприятия индустрии питания включает факторы:

*Выберите несколько вариантов ответов*

- а) политика**
- б) конкуренты
- в) потребители
- г) СМИ
- д) экономика**
- е) социум**

Компетенция ПК-2: Способен формировать и реализовывать кулинарную концепцию предприятия с учетом современных тенденций, потребностей различных категорий потребителей, видов и форм обслуживания

**Тестовые задания открытого типа:**

16. Раздел бизнес-плана, предусматривающий выбор ценовой стратегии – это \_\_\_\_\_.

**Ответ: маркетинговый план (план маркетинга)**

17. Комплексная итоговая оценка внутренних сильных и слабых сторон компании, внешних угроз и возможностей производится с использованием метода \_\_\_\_\_.

**Ответ: SWOT-анализа**

18. Аудит рынка услуг общественного питания относится к методу маркетинговых исследований \_\_\_\_\_.

**Ответ: наблюдение**

19. Устаревание и недостоверность – это недостатки \_\_\_\_\_ маркетинговой информации.

**Ответ: вторичной**

20. Рынок, на котором в качестве потребителей выступают предприятия называется \_\_\_\_\_.

**Ответ: промышленный (B2B)**

21. Концепция управления маркетингом, предполагающая использование эффекта масштаба в производстве и продажах, называется.

**Ответ: производственная (совершенствования производства)**

22. Товарная стратегия, предусматривающая сокращение количества товаров в ассортименте называется \_\_\_\_\_.

**Ответ: элиминация**

23. Максимальные темпы роста продаж и прибыли от реализации товара характерно для стадии жизненного цикла \_\_\_\_\_.

**Ответ: рост**

**Тестовые задания закрытого типа:**

24. Комплекс маркетинга-микс предприятия индустрии питания включает:

а) 6 элементов;

**б) 7 элементов;**

в) 4 элемента;

г) 5 элементов.

25. Маркетинговая среда предприятия индустрии питания является:

а) частью его микросреды;

б) частью его макросреды;

**в) совокупностью микро- и макросреды;**

г) внутренней средой;

26. Разместите концепции управления маркетингом в порядке их развития:

а) производственная

б) продуктовая

в) маркетинг

г) сбытовая

д) социально-этичный маркетинг

**Ответ: а; б; г; в; д**

27. Укажите внутренние факторы, влияющие на ценообразование в индустрии питания:

*Выберите несколько вариантов ответа*

- а) цели маркетинга**
- б) стратегия комплекса маркетинга**
- г) характер рынка и спроса
- д) конкуренция
- е) уровень платежеспособного спроса

28. При управлении группой, созданной по принципу «команды», целесообразно использовать

*Выберите несколько вариантов ответа*

- а) власть должностного положения и власть авторитета
- б) власть информации и власть компетенции**
- в) власть влияния и власть награждения
- г) власть авторитета**

29. При исследовании результативности деятельности предприятия индустрии питания в целом и его служб, департаментов и подразделений используют методы:

*Выберите несколько вариантов ответа*

- а) трендовый;**
- б) социальный;
- в) сравнительный;**
- г) факторный;**

30. В международной практике принято различать различные виды меню сопоставьте вид меню и тип заведения

Вид меню		Тип заведения	
1	а-ля карт (a la carte)	ресторан при гостинице	А
2	табльдот (table d'hote)	Пансионат, ресторан	Б
3	carte du jour	Кафе, рестораны	В
4	Шведский стол	Рестораны высшего класса и класса Люкс	Г

**Ответ: 1-Г, 2-Б, 3-В, 4- А.**

### **3 ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ НА КОНТРОЛЬНУЮ РАБОТУ, КУРСОВУЮ РАБОТУ/ КУРСОВОЙ ПРОЕКТ, РАСЧЕТНО-ГРАФИЧЕСКУЮ РАБОТУ**

Данный вид контроля по дисциплине не предусмотрен учебным планом.

### **4 СВЕДЕНИЯ О ФОНДЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ И ЕГО СОГЛАСОВАНИИ**

Фонд оценочных средств для аттестации по дисциплине «Проектный практикум» представляет собой компонент основной профессиональной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 19.03.04 Технология продукции и организация общественного питания (профиль «Балтийская высшая школа гастрономии»).

Преподаватель-разработчик – Притыкина Н.А., доцент, к.т.н.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен заведующим кафедры технологии продуктов питания.

Заведующая кафедрой



И.М. Титова

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен методической комиссией института агроинженерии и пищевых систем (протокол № 07 от 27 августа 2024 г).

Председатель методической комиссии \_\_\_\_\_



М.Н. Альшевская