

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

(характеристика профессиональной деятельности обучающегося во время практики)
Ивановой Кристины Алексеевны

Фамилия, Имя, Отчество

Обучающийся на IV курсе по специальности СПО
43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
код и наименование специальности

Группа МОП - 41

успешно прошел(ла) производственную практику

ПП.03.01 Производственная практика

индекс и наименование практики

по профессиональному модулю

ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

индекс и наименование профессионального модуля

в объеме 110 часов с «19» декабря 2019 г. по «25» декабря 2019 г.

1. Виды и объем работ, выполненные обучающимся во время практики

Виды работ	Объем выполненных работ (часов)
Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов	6
Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями	6
Тема 3. Выявления потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга	6
Тема 4. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка	6
Тема 5. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течении года	6
Тема 6. Анализ маркетинговой среды организации	6
<i>Итого часов</i>	36

2. Качество выполнения работ в соответствии с требованиями программы практики:

5 (отлично)
Оценка прописью

3. База прохождения практики

Предприятие
(организация):

Наименование

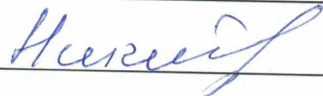
Духовщинское Райпо ресторан «Фаворит»

Руководитель практики от
предприятия
(организации)
МП

Должность
ФИО

Заведующая ресторана
Никишина Людмила Александровна

Подпись

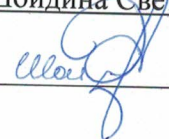


Руководитель практики от
филиала

Должность
ФИО

Преподаватель
Шойдина Светлана Георгиевна

Подпись



Дата «19» декабря 2019г.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»
(Смоленский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова)

Дневник
производственной практики
(указать вид практики)

ПП 03.01 Производственная практика
(наименование производственной практики)

Профессиональный модуль

ПМ 03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания
(наименование профессионального модуля, в рамках которого проводится производственная практика)

Студент(ка) 4 курса

Специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
(код, наименование специальности)

Группа МОП-41

Фамилия Иванова

Имя Кристина

Отчество Алексеевна

Период проведения практики

с «19» декабря 2019 года по «25» декабря 2019 года

УТВЕРЖДАЮ

Специалист по УМР центра дополнительного образования, практики и профессиональной ориентации

 Пономарева К.С.

Контактный тел.: 38-87-51

«19» декабря 2019 года

Студент Иванова Кристина Алексеевна

Направляется в организацию для прохождения производственной практики
практики в период с «19» декабря 2019 года по «25» декабря 2019 года

СВЕДЕНИЯ О БАЗЕ ПРАКТИКИ

Базовое предприятие (организация)

Духовщинское Райпо ресторан «Фаворит»

(полное название предприятия (организация) с указанием отдела и т.п.)

Адрес предприятия (организации) Смоленская обл., Духовщина, ул. Смоленская, 15/78

Руководитель практики от организации:

Ф.И.О.: Никишина Людмила Александровна

(Фамилия, Имя и Отчество (полностью) руководителя практики по месту прохождения практики)

Должность: Заведующая рестораном

(должность руководителя практики по месту прохождения практики)

Руководитель практики от филиала:

Ф.И.О.: Шойдина Светлана Георгиевна

(Фамилия, Имя и Отчество (полностью))

Должность: преподаватель

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

– Практика имеет целью комплексное освоение студентами всех видов профессиональной деятельности по специальности **43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании**

(код, наименование специальности)

– формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности.

– Производственная практика направлена на получение профессиональных умений и навыков студентов, общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ППССЗ СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Менеджер должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативно-правовых документов, а также требования стандартов иных нормативных документов

В результате изучения профессионального модуля

ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

(наименование профессионального модуля) соответствующими основным видам

профессиональной деятельности:

- ПК 3.1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания
- ПК 3.2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт
- ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией

СОДЕРЖАНИЕ ЗАДАНИЯ НА ПРАКТИКУ

№ задания	Наименование тем и содержание
1. 19.12.2019	Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов Ознакомление с финансовыми документами и отчетами. Составление перечня финансовых документов. Участие в составлении и оформлении финансовых документов. Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. Оформление товарного отчета. Участие в инвентаризации и оформление отчета.
2. 20.12.2019	Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов. Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладение навыками проверки подлинности банкнот. Получение денежной выручки за день.
3. 21.12.2019	Тема 3. Выявления потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Анализ факторов, влияющих на спрос. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров.
4. 23.12.2019	Тема 4. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации. Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные блюда. Реализация стратегий ценообразования в организации. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.
5. 24.12.2019	Тема 5. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года Составление проекта рекламных акций. Участие в проведении рекламных акций и компаний. Участие в организации рекламы на предприятии общественного питания. Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения блюда. Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.
6. 25.12.2019	Тема 6. Анализ маркетинговой среды организации Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа сумм заказа). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и ее конкурентов)



«19» декабря 2019 год

Руководитель практики
от организации _____

Н.С.С.С.С.
(подпись)

Ознакомлен:
студент _____

И.И.И.
(подпись)

ИНСТРУКТАЖ ПО ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Провёл инструктаж по охране труда, технике безопасности и промышленной санитарии

Никишина Людмила Александровна

(Фамилия, имя, отчество проводившего инструктаж)

Вид инструктажа: (заполнять только тот вид инструктажа, который проводится)

ВВОДНЫЙ ИНСТРУКТАЖ

Подпись Никишина Дата 19.12.2019

ПЕРВИЧНЫЙ ИНСТРУКТАЖ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Подпись Никишина Дата 19.12.2019

ПОВТОРНЫЙ ИНСТРУКТАЖ, СВЯЗАННЫЙ С ПЕРЕМЕНОЙ РАБОЧЕГО МЕСТА

Подпись _____ Дата _____

ПОВТОРНЫЙ ИНСТРУКТАЖ, СВЯЗАННЫЙ С ПЕРЕМЕНОЙ РАБОЧЕГО МЕСТА

Подпись _____ Дата _____

Инструктаж получил (а)

Иванова Кристина Алексеевна

(Фамилия, имя, отчество получившего инструктаж)

Подпись Иванова Дата 19.12.2019

Подпись Иванова Дата 19.12.2019

Подпись _____ Дата _____

Подпись _____ Дата _____

ПАМЯТКА

1. Прибыв на место прохождения практики, студент-практикант обязан зарегистрироваться в управлении участка, производителя работ или у руководителя производственной практики.

2. С момента зачисления студентов в период практик в качестве практикантов на рабочие места, на них распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации. Кроме того, на студентов, зачисленных на рабочие должности, распространяется трудовое законодательство Российской Федерации, и они подлежат государственному социальному страхованию наравне со всеми работниками.

3. Студент-практикант при прохождении учебной практики в организации обязан:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой данной практики;
- соблюдать действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать нормы охраны труда и правила пожарной безопасности.

4. В период прохождения практики студентом ведётся **дневник практики**. **Дневник** ведётся ежедневно и заполняется кратким описанием работы. Из содержания дневника должны быть видны: проделанная студентом работа, техническая характеристика объекта работы. По данным дневника одновременно ведётся составление отчёта о практике в соответствии с планом и программой практики.

5. По результатам практики студентом составляется **отчёт**, который утверждается организацией. **Отчёт** должен оформляться в последние дни пребывания студента-практиканта на месте практики. Рекомендуемый объём отчёта – от 5 до 10 стандартных страниц текста (с использованием рисунков, фотографий, схем). Основу содержания отчёта должны составлять: самостоятельные личные наблюдения, критический анализ, составление и оценка действующих технических средств, процессов и организации работ, а также личные рационализаторские предложения, выводы и заключения.

Текст: шрифт TimesNewRoman, размер – 14 (размер шрифта сносок, таблиц, приложений – 12), поля: слева - 3,0 см, сверху - 2,0 см, справа - 1 см, внизу - 2 см, абзацный отступ - 1,25 см., переносы слов по слогам делаются по всему тексту работы. Основной текст работы печатается 1,5 междустрочным интервалом компьютерного набора. Выравнивание текста устанавливается «По ширине страницы». В тексте можно использовать шрифтовые выделения (размер шрифта, полужирный, *курсив*), но не используется подчеркивание символов.

К иллюстративному материалу относятся: диаграммы, графики, схемы, фото и т.п., которые называются рисунками.

Нумерация рисунков может быть сквозной в пределах всей текстовой части (например: Рисунок 1, Рисунок 2 и т.д.). Рисунок имеет подрисовочный текст - название, раскрывающее его содержание (например: Рисунок 1 – Схема рассадки гостей за столом). Название рисунка от основного текста отделяется одной пустой строкой.

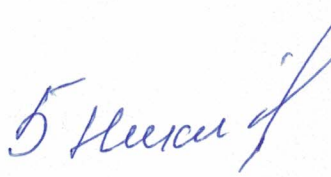
6. **Дневник и отчёт** должны быть полностью закончены на месте практики и представлены студентом руководителю производственной практики от организации.

7. По результатам практики руководителями практики от организации и от образовательной организации формируется **аттестационный лист**, содержащий сведения

об уровне освоения студентами профессиональных и общих компетенций, а также характеристика на студента.

8. Студент-практикант представляет подписанные документы (отчёт, дневник по практике и аттестационный лист) руководителю практики от образовательной организации в последний день практики.

Дата выполнения работ	Краткое содержание выполняемых работ	Оценка, подпись руководителя практики от организации
1. 19.12.2019	<p>Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов</p> <p>Ознакомилась с финансовыми документами и отчетами. Составляла перечень финансовых документов. Участвовала в составлении и оформлении финансовых документов. Составляла приходные, расходные документы к товарному отчету. Оформляла товарный отчет. Участвовала в инвентаризации и оформлении отчета.</p>	5 Никитина
2. 20.12.2019	<p>Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями</p> <p>Распознавала признаки платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов. Проверяла денежные билеты на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладела навыками проверки подлинности банкнот. Получала денежную выручку за день.</p>	5 Никитина
3. 21.12.2019	<p>Тема 3. Выявления потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга</p> <p>Ознакомилась с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Проанализировала факторы, влияющие на спрос. Проводила опросы потребителей для выявления предпочтений разных товаров.</p>	5 Никитина
4. 23.12.2019	<p>Тема 4. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</p> <p>Ознакомилась со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участвовала в реализации сбытовой политики организации. Ознакомилась со стратегиями ценообразования на различные блюда. Реализовывала стратегии ценообразования в организации. Выявляла мероприятия по стимулированию потребителей и персонала. Реализовывала мероприятия по стимулированию потребителей.</p>	5 Никитина
5. 24.12.2019	<p>Тема 5. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течении года</p> <p>Составляла проект рекламных акций.</p>	5 Никитина

	<p>Участвовала в проведении рекламных акций и компаний. Участвовала в организации рекламы на предприятии общественного питания. Овладела навыками проведения консультаций покупателей для продвижения блюда. Обосновывала целесообразность выбора и применения маркетинговых коммуникаций.</p>	
<p>6. 25.12.2019</p>	<p>Тема 6. Анализ маркетинговой среды организации</p> <p>Проанализировала внутреннюю среду организации (выявила структурные подразделения, осуществляющие маркетинговую деятельность и/или взаимодействующие с отделом маркетинга). Проанализировала социально-экономическую среду организации (выявила сегменты потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа сумм заказа). Проанализировала демографическую среду методом наблюдений (по полу и возрасту). Проанализировала конкурентную среду организации (выявила организации конкуренты, их количество, определила перечень конкурентных преимуществ организации и ее конкурентов).</p>	

Оценка деятельности практиканта

Программа практики выполнена: полностью

Замечание по трудовой дисциплине: не имеет

Отношение к работе: Практикант Иванова К. за время прохождения практических занятий показала хорошее отношение к работе.

ОБЩЕЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

руководителя практики от организации

Практикант Иванова Кристина Алексеевна проходила производственную практику в ресторане «Фаворит». За время прохождения практики быстро влилась в коллектив, внимательна, исполнительна, трудолюбива, работы не боится. Все полученные задания выполняла качественно. Стремится к приобретению новых знаний и навыков. За весь срок не получила ни одного замечания. В общении доброжелательна и отзывчива. Программу практики выполнила в полном объеме.

Руководитель практики
от организации

И Иванов
(ПОДПИСЬ)

Нижинский А.А.
(расшифровка подписи)



Заключение руководителя практики отобразовательной организации и оценка результатов практики

Студентка Евдокова Кристина Алексеевна грамотно отработала программу практики. Отработала все задания, грамотно подобрала источники информации. Активное участие в мероприятиях, которые проводит ресторан "Тавохиет". Полностью охарактеризовала «бизнесное предложение». Описала основные услуги, которые предприятие предоставляет.

Общая оценка

5 (отлично)

Руководитель практики от филиала

(подпись)

Шойдина Светлана Георгиевна

(расшифровка подписи)

Отчет

по производственной практике

ПП.03.01 Производственная практика

(наименование производственной практики)

Профессиональный модуль

ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

(наименование профессионального модуля, в рамках которого проводится производственная практика)

Специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном
питании

(код, наименование специальности)

Студент

(подпись)

Иванова Кристина Алексеевна

(фамилия, имя, отчество)

Группы МОП-41

Руководитель практики от организации

Заведующая рестораном

(должность)

Никишина Людмила Александровна

(фамилия, имя, отчество)

«25» декабря 2019 года

Руководитель практики от филиала

(подпись)

Шойдина Светлана Георгиевна

(фамилия, имя, отчество)

«25» декабря 2019 года

Смоленск, 2019 год

СОДЕРЖАНИЕ

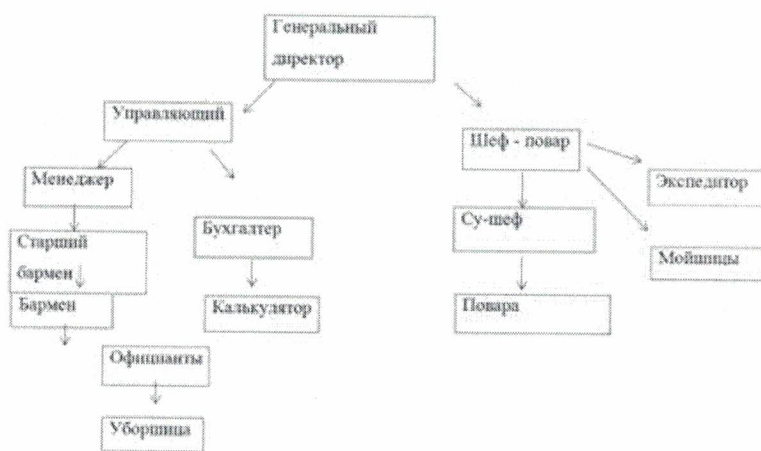
- 1. Характеристика предприятия общественного питания**
 - 2. Оформление финансовых документов и отчетов**
 - 3. Проведение денежных расчетов с покупателями**
 - 4. Выявления потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга**
 - 5. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка**
 - 6. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течении года**
 - 7. Анализ маркетинговой среды организации**
- Выводы и предложения**

1. Характеристика предприятия общественного питания

Духовщинское райпо ресторан «Фаворит» находится по адресу: Смоленская обл., Духовщина, ул. Смоленская, 15/78. Время работы: понедельник, вторник, среда, четверг, пятница, суббота, воскресенье с 08:00-до 23:00. Общество является юридическим лицом, имеет право собственности, способен реализовать имущественные и личные неимущественные полномочия. Фото внешнего фасада представлено в Приложении 1.

Интерьер обеденного и банкетного зала оформлен в светлых тонах. На полу уложена керамическая плитка. В ресторане постоянно звучит музыка. В обеденном зале имеются 40 - 50 посадочных мест, банкетном зал максимально может разместить 40 человек. Так же там имеется комната отдыха, где расположен бильярдный стол, гардероб, туалетные комнаты для посетителей. В ресторане проводят торжественные мероприятия, банкеты, семейные торжества, вечеринки. Организационная структура ресторана «Фаворит» представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Организационная структура ресторана «Фаворит»



В ресторане «Фаворит» линейно – функциональный тип организационной структуры.

Духовщинское райпо ресторан «Фаворит». Это комфортабельное предприятие питания, в котором организация питания сочетается с отдыхом посетителей. В услуги ресторана «Фаворит» непосредственно входят:

- Изготовление кулинарной продукции по заказам потребителей, на предприятиях общественного питания;
- Организация потребления и обслуживания;
- Реализация кулинарной продукции;

- Помощь в организации банкетов и фуршетов;
- Заказ такси.

К услугам посетителей данного заведения относится, в том числе, и бесплатный Wi-Fi.

Организация и выполнение работ в ресторане «Фаворит» осуществляются при соблюдении законодательства РФ об охране труда, а также нормативных правовых актов, установленных Перечнем видов нормативных правовых актов, утвержденным постановлением «О нормативных правовых актах, содержащих государственные нормативные требования охраны труда».

Зал ресторана выдержан в нежно- персиковых тонах. Для придания оригинальности на стене в вестибюле висит картина с изображением Екатерины II. Для придания залу яркого антуража, использовались изысканные декоративные элементы (светильники, цветы, изделия ручной работы). Фото зала ресторана представлено в Приложении 2.

Мебель, изготовленная по специальному заказу, прекрасно вписывается в интерьер заведения и создает гармонию цветов и оттенков. В зале для дополнительного интерьера служат искусственные и живые цветы. Стены из звуконепроницаемого материала способствующего снижению шума. Столы обычные и банкетные стулья полумягкие и деревянные гармонируют со скатертями и стенами.

Ресторан «Фаворит» отличается красивым интерьером, высоким уровнем комфортности, широким выбором услуг и ассортиментом оригинальных, заказных и фирменных блюд, а также блюд, не включенных в меню. Столовое белье так же изготавливают на заказ в соответствии с общим художественным замыслом сервировки и интерьера зала.

Цех оснащен современным оборудованием: плитами, жарочными шкафами, электросковородами, фритюрницами, холодильными шкафами, производственными столами и стеллажами. Блюда производственного цеха, выпускаемые в ресторане, соответствуют требованиям государственных стандартов, стандартов отрасли, предприятия, сборников рецептур блюд и кулинарных изделий и вырабатываются по технологическим инструкциям и картам, технологическим картам при соблюдении санитарных правил для предприятий общественного питания.

В ресторане «Фаворит» применяется холодильное оборудование, тепловая обработка, хлебопекарное и кондитерское оборудование, электромеханическое оборудование, барное оборудование, вспомогательное оборудование.

Холодильное оборудование.

Холодильные шкафы - предназначен для хранения бутылочного пива и соков в пакетах. Они снабжены стеклянными дверцами и большими удобными ручками.

Оборудование тепловой обработки.

Тепловая техника делится на такие виды:

- Плиты— газовые, электрические, индукционные, конвекционные;
- Пароконвектоматы — multifunctional устройства, сочетающие в себе функции плиты, фритюрницы, духовки;

Жарочные шкафы - они состоят из нескольких секций, которые разделяются теплоизоляционным материалом, другие являются простыми, с одним отделением. В каждом из отделений можно готовить одновременно разные блюда (мясо и рыбу, выпечку и овощи, другое).

Хлебопекарное и кондитерское оборудование оснащено:

- Тестомесильной машиной;
- Кондитерским миксером;
- Расстоечный шкаф;
- Электромеханическое оборудование.
- Мясорубка;
- Миксеры;
- Слайсер;
- Овощерезка;
- Шприцы колбасные.

Барное оборудование.

К барному оборудованию также относятся:

- Блендеры;
- Соковыжималки;
- Кофеварка;

- Кофемашина;
- Вспомогательное оборудование.

Другое немеханическое оборудование относится к нейтральному:

- Производственные столы - могут устанавливаться как в центральной части помещения, так и возле стены.
- Шкафы - для хранения расходников и посуды;
- Стеллажи, сушилки для посуды - для хранения посуды, чаще всего размещаются в помещении с посудомоечной машиной;
- Тележки - сервировочные, для сбора посуды, для конкретного кухонного инвентаря (противни, подносы, тарелки);
- Ванны для мытья посуды.

Барная зона оснащена кофе машиной, оборудованием для розлива пива, соков и газированных напитков, производства и колки льда, холодильниками для напитков.

Барная стойка организует пространство бара, около нее собираются посетители, она содержит в себе все элементы декора, передающие концепцию заведения. Посуда соответствует требованиям прочности, гигиеничности и красоты.

Для создания приятной и непринужденной обстановки, предусмотрено музыкальное оформление – приятная музыка, а также установлена телевизионная панель для просмотра телепередач. Банкетный зал имеет многофункциональную регулировку света, а также естественное освещение.

Повседневная форма обслуживания ресторана, характеризуется постоянным потоком посетителей, который формируется стихийно и непредсказуемо. Складывается из следующих элементов:

- Приход гостей;
- Прием заказа;
- Расчет по окончании приема заказа;
- Выполнение заказа;
- Передача заказных блюд.

По окончании трапезы официанты относят посуду в специально отведенную зону. Затем обслуживающий персонал относит посуду на мойку. Из всего вышесказанного, можно сделать **вывод**, что данного ассортимента достаточно для удовлетворения спроса потребителей.

2. Оформление финансовых документов и отчетов

Данные финансовой отчетности используются внешними пользователями для оценки эффективности деятельности ресторана, а также для экономического анализа его хозяйственной деятельности. Наряду с этим, отчетность необходима для оперативного руководства хозяйственной деятельностью и служит исходной базой для последующего планирования и прогнозирования.

Основными требованиями, которые предъявляются к отчетности, являются объективное и точное отражение действительных результатов деятельности предприятия, строгая увязка всех показателей, согласованность бухгалтерской и оперативно-статистической отчетности. В ресторане «Фаворит» имеются следующие финансовые документы и отчеты:

- ✓ Бухгалтерский баланс ресторана «Фаворит»;
- ✓ Балансовый отчет ресторана Фаворит;
- ✓ Счет-фактура;
- ✓ Свидетельство о прохождении аудиторской проверки;
- ✓ Калькуляция на блюда ресторана «Фаворит»;
- ✓ Сертификат о качестве используемой продукции;
- ✓ Отчет о движении денежных средств.

Также я принимала участие в составлении финансовых документов. В ресторане «Фаворит» к товарному отчету принято составлять расходные и приходные документы.

Товарный отчет является документом, на основании которого ресторан «Фаворит» ведет учет движения своих товарных запасов. В отчете содержатся сведения об остатках, приходе и расходе товара. Движение товара отражается по цене приобретения или в розничных ценах.

■ Расходные документы к товарному отчету

Все расходные документы материально-ответственное лицо ресторана «Фаворит» ежедневно сдает в бухгалтерию ресторана. Расходные документы принято отдавать вместе с товарным отчетом. В расходном отчете необходимо заполнять ассортимент тары, как правило, это до 10 наименований.

■ Приходные документы к товарному отчету

Приходные документы также сдаются в бухгалтерию ресторана «Фаворит» вместе с товарным отчетом. Приходные документы составляют в двух экземплярах. Первый экземпляр с приложенными к нему документами передается в бухгалтерию под расписку. При создании товарного отчета нужно указать:

- Отчетный период - дату начала и окончания отчетного периода;
- Операция - правило операций «Товарный отчет»;
- Склад - склад, по которому требуется построить отчет;
- Дата - дата товарного отчета;
- Номер - номер товарного отчета;

Инвентаризация в ресторане «Фаворит» проводится под контролем администратора ресторана или директора, как правило, она проводится несколько раз в полгода. Главная цель инвентаризации – получить сведения об ошибках и недочетах в товарных единицах или финансовых документах. Инвентаризация в ресторане «Фаворит» проходит в несколько циклах:

1. Подготовительный цикл инвентаризации;
2. Инвентаризация вне оборотных активов ресторана «Фаворит»;
3. Инвентаризация товарно-материальных ценностей;
4. Инвентаризация денежных средств, денежных документов и финансовых вложений;
5. Инвентаризация расчетов и финансовых обязательств;
6. Регулирование инвентаризационных разниц;
7. Заключительный цикл инвентаризации.

Иногда, рестораном «Фаворит» применяется способ независимой комиссии для отображения реальной оценки инвентаризации. Согласно результату и заключению инвентаризации заключается акт и результат о инвентаризации. Данный акт подписывается всеми участниками инвентаризации. Акт о инвентаризации представлен на Рисунке 2.

Рисунок 2 – Заключение инвентаризации ресторана «Фаворит»

ДУХОВЩИНСКОЕ РАЙПО РЕСТОРАН «ФАВОРИТ»

Протокол заседания инвентаризационной комиссии
от 19 декабря 2019 года

По результатам проведения инвентаризации товарно-материальных ценностей на складе
№467 Духовщинское Райпо ресторан «Фаворит» рабочая инвентаризационная комиссия в
составе:

Председатель: Заведующая ресторана: Никишина Людмила Александровна
Члены комиссии: Администратор – Трофимов Сергей Витальевич,
гл. Бухгалтер – Леоненкова Лариса Михайловна
Практикант – Иванова Кристина Алексеевна

рассмотрела материалы инвентаризации, согласно которым:

Излишков не выявлено

Недостача согласно сличительной ведомости выявлена в размере 1 000 руб.

Необходимо заметить, что по результатам инвентаризации было выявлено недостача в размере 1000 руб. Таким образом, можно сделать **вывод**, что организация и деятельность бухгалтерии ресторана «Фаворит» требует особого контроля.

3. Проведение денежных расчетов с покупателями

Ресторан «Фаворит» уделяет особое внимание расчетам с покупателями. Для удобства оплаты в ресторане предусмотрена гибкая система, а именно два способа оплаты:

1. Наличными;
2. Безналичная (по банковской карте)

В целях контроля платежеспособности билетов банка России, в ресторане «Фаворит» разработан свод правил и признаки обнаружения фальшивых билетов банка России.

Согласно рекомендациям, признаками настоящей купюры, будет считаться следующее:

- ✓ Скрытые радужные полосы;
- ✓ Микроперфорация;
- ✓ Ныряющая металлизированная нить;
- ✓ Цветопеременная краска;
- ✓ Защитные волокна;
- ✓ Рельефное изображение;
- ✓ Скрытое изображение;
- ✓ Водяной знак.

Также, при повороте банкноты к себе и от себя на защитной нити заметно движение цифр номинала относительно друг друга. Под острым

углом появляются цветные символы рубля на радужном фоне. На однотонном поле со словом «Россия» (оно находится на лицевой стороне слева) при наклоне появляется число 2 000. Признаки подлинности, заметные при изменении угла зрения изображены на рисунке 3.

Рисунок 3 - Признаки подлинности, заметные при изменении угла зрения



Также при Проведите пальцем по банкноте и почувствуете, как выделяются рельефные штрихи по краям, цифровое обозначение номинала, надписи «Билет Банка России» и «Две тысячи рублей». Признаки подлинности указаны на Рисунки 4.

Рисунок 4 – Признаки подлинности



Для минимизации риска получения фальшивых билетов банка России, в ресторане «Фаворит» предусмотрено использование инновационной техники по выявлению фальшивых купюр – детекторы.

Детектор банкнот пропускает банкноты через ультрафиолетовый свет, который позволяет выявить наличие водяных знаков и других символов, которые подтверждают подлинность купюры.

В случае выявления фальшивых банкнот, кассир ресторана «Фаворит» обязан удержать деньги и сообщить об этом в специализированные органы власти или нажать тревожную кнопку.

В конце рабочего дня, кассиром ресторана «Фаворит» печатается отчет о выручке за день, после чего администратор ресторана проверяет соответствие наличных денег в кассе с фактическим наличием.

Операция снятие денег фиксируется в памяти кассы. В один день можно снимать несколько отчетов. Например, по отчету кассир может в течение дня сдавать накопившуюся выручку в главную кассу.

Хранить снятые отчеты необходимо в течении пяти лет. Вместе с нулевыми чеками лучше подклеивать их в одно место, например, в специальную тетрадь.

4. Выявления потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга

Ознакомилась с видами и методами изучения покупательского спроса в ресторане. Провела анализ факторов, влияющих на спрос. Провела опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров

Ресторан «Фаворит» старается отвечать всем требованиям потребителей и отвечать последний тенденциям современного рынка. Для этого, ресторан «Фаворит» прибегает к маркетинговым исследованиям. Ресторан «Фаворит» проводит следующие виды изучения покупательского спроса:

- Социальный опрос;
- Изучение и обобщение заявок и заказов оптовых покупателей на приобретение и поставку товаров;
- Изучение и обобщение заявок розничных торговых предприятий на централизованную доставку и завоз товара;
- Учет и анализ неудовлетворенного спроса оптовых покупателей;
- Проведение ассортиментных и конъюнктурных совещаний с покупателями.

Для изучения неудовлетворенного спроса ресторан «Фаворит» применяет следующие виды изучения спроса:

- Карточки учета неудовлетворенного спроса (ведут продавцы);
- Контрольные листки (заполняют сами покупатели);
- Прием заказов от покупателей на товары достаточного ассортимента, временно отсутствующего в продаже;
- Проведение дня учета неудовлетворенного спроса.

Поимо этого, я проанализировала факторы, которые влияют на спрос услуги ресторана «Фаворит», которые представлены в таблице 1.

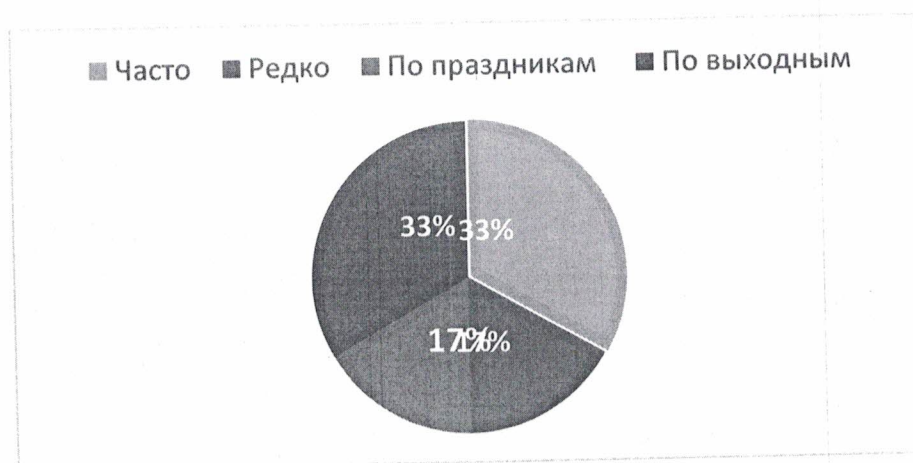
Таблица 1 – Факторы, влияющие на спрос услуг ресторана «Фаворит»

№	Факторы	Изменение спроса на услуги
1.	Мода услуги	Услуга вышла из моды На услугу увеличилась мода
2.	Сезонность бизнеса	Актуальность услуги от сезонна
3.	Изменение цен на	Рост цен на услуги-заменители Снижение цен на услуги-заменители
4.	Реклама	Повысилась эффективность рекламы Понизилась эффективность рекламы
5.	Доход клиентов	Увеличение доходов клиентов Снижение доходов клиентов

Для того, чтобы выявить покупательский спрос на конкретное блюдо, мной был проведен социальный опрос, среди просителей ресторана «Фаворит». Респондентами стали люди со средним доходом, различным образованием и возрастом. Всего опрошенных – 100 человек.

На вопрос, как часто Вы посещаете ресторан «Фаворит» были даны следующие результаты, которые представлены на рисунке 5.

Рисунок 5 – Как часто Вы посещаете ресторана «Фаворит»?



На вопрос, какое блюдо Вы берете чаще всего в ресторане «Фаворит» были даны следующие результаты, которые представлены на рисунке 6.

Рисунок 6 – «Какое блюдо вы берете чаще всего?»



В качестве **вывода**, можно заметить, что большинство респондентов, а именно 35% предпочитают мясные блюда, однако другие 27% предпочитают вторые блюда. Наименьшей популярностью пользуются десерты их выбрали всего лишь 2% опрошенных.

Также был задан вопрос «Почему Вы пользуетесь услугами ресторана «Фаворит»? Результаты, показаны на рисунке 7.

Рисунок 7 - «Почему Вы пользуетесь услугами ресторана «Фаворит»? »



В качестве **вывода**, можно заметить, что большинство отмечают скидки и гибкую систему оплаты. Другие предпочитают ресторан «Фаворит» исходя из высокого качества продукции, остальные 24% отдают предпочтение ресторану, благодаря его уютной атмосфере.

5. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка

Сбытовая стратегия ресторана «Фаворит» формирует следующие этапы:

- Организацию информационного обеспечения;
- Организацию продаж;
- Организацию торговых коммуникаций;
- Организацию правовой и претензионной работы;

Таким образом, сбытовая политика ресторана «Фаворит» реализуется в процессе обслуживания. Количество заказанных потребителем блюд или напитков определяется не только его потребностями и платежеспособностью. В процессе обслуживания он может изменить первоначально принятое решение в отношении ассортимента и количества заказанных блюд. Например, официант, бармен может порекомендовать фирменное или заказное блюдо, улучшенного качества, объяснив посетителю его достоинства.

Также, я проанализировала методы стимулирования сбыта в ресторане «Фаворит»:

1. Скидки. В ресторане проводятся акции во время которых определенное блюдо или напиток предлагается по сниженной цене. Данный метод стимулирования позволяет заранее точно оценить стоимость операции, быстро организовать, максимально сократить сроки ее проведения, когда требуется, немедленно отреагировать на действия конкурентов.

2. Дополнительное количество товара бесплатно. В ресторане применяется данный метод стимулирования сбыта, так как бесплатное предложение 20% товара или снижение цены на 20% не одно и то же для покупателя.

3. Предоставление бесплатных образцов продуктов. Данная операция стимулирования сбыта имеет единственную цель - ознакомить покупателя с товаром, дать ему попробовать товар.

4. Стимулирование персонала. Каждый месяц в кафе определяется лучший официант, который получает денежную премию.

Одним из важных направлений сбытовой политики ресторана «Фаворит» является разработка программы стимулирования.

Хорошим средством стимулировать сбыт являются услуги, такие как организация банкетов, корпоративных вечеринок, детских праздников. Для координации всех служб на банкете должен быть свой распорядитель, роль которого на себя берет администратор ресторана, что в целом увеличивает прибыль заведения.

Также я ознакомилась со стратегиями ценообразования и реализовала стратегии ценообразования в ресторане «Фаворит». Таким образом, мною было рассчитано ценообразование на примере блюда «Котлеты мясные с зеленью». Ценообразование блюда указано в таблице 1.

Таблица 2 – Ценообразование на примере блюда «Котлеты мясные с зеленью»

№	Наименование продукта	Норма	Цена	Сумма
1	Мясо говядина (кг.)	0.500	140,00	70,00
2	Мясо свинина (кг.)	0.500	130,00	65,00
3	Лук репчатый (кг.)	0.100	12,00	1,20
4	Зелень 100 гр. (упак.)	1.000	06,00	8,00
5	Шпинат 100 гр. (упак.)	2.000	15,00	30,00
6	Горький перец 10 гр. (упак.)	0.200	05,00	1,00
7	Соль (кг.)	0.020	03,00	0,06
Общая стоимость сырья на 10 блюд:				438, 15 руб.
Продажна цена одного блюда:				43,82 руб.
Выход в готовом виде одного блюда (г.)				112 г.

Также мною были разработаны мероприятия по стимулированию потребителей:

1. Прямое снижение цен, купоны, снижение цен с отсрочкой скидки;
2. Скидка, установленная в процентах к цене;
3. Фиксированный размер скидки в денежном выражении;
4. Скидки отдельным категориям потребителей, например, студентам, пенсионерам;
5. Скидки предоставляемые при покупке блюда за наличные деньги.

В качестве **вывода**, можно отметить, что все разработанные мною мероприятия по стимулированию потребителей, в основном относятся к

финансовой деятельности ресторана «Фаворит», что прямо и косвенно может повысить прибыль ресторана.

6. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течении года

Рекламная деятельность ресторана «Фаворит» хорошо развита. Она выпускает рекламу, которая расположена в центре города, на улицах и в общественных транспорте.

Ресторан «Фаворит» использует различные виды и типы рекламы, например, для большей привлекательности ресторана и для придания ему отличительных элементов внешняя сторона ресторана оформлена красочными плакатами с изображенными на них блюд, название ресторана написано ярким цветом, что является фирменным стилем ресторана «Фаворит».

Широко используются такие виды рекламы как: наружная, печатная (используемая в магазине). Наружная реклама является эффективным средством, поскольку она рассчитана, прежде всего, на восприятие широкими слоями населения.

Из всего многообразия видов наружной рекламы магазин наиболее часто использует различные рекламные щиты, фирменные вывески.

Формирование спроса и стимулирование сбыта - действия, направленные на увеличение продаж путем акт процессу покупателей, посредников и поставщиков с использованием различного рода побудительных мер в времени. Рекламные акции могут быть направлены на потребителей продукции. Для проведения рекламных акций могут быть использованы следующие средства:

1. Купоны (сертификаты, дающие право на определенную экономию при покупке конкретного блюда);
2. Блюда по экономной цене;
3. Зачетные талоны (вид премии, которую получает потребитель при совершении покупки);
4. Конкурсы, лотереи;
5. Сэмплинг (демонстрация приготовления блюда);
6. Скидки к обычной цене товара и др.

Также, в период прохождения практики, я ознакомилась с рекламным планом ресторана «Фаворит», который представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Рекламный план ресторана «Фаворит»

№	Вид рекламы	Частота использования
1.	Реклама в местных СМИ	В течении полугода, в вечернее время
2.	Печатная реклама	Раз в три месяца
3.	Интернет-реклама (Instagram, Вконтакте)	Постоянное обновление социальных сетей
4.	Реклама в общественном транспорте	В течении месяца

Благодаря проведённому анализу, можно сделать **вывод**, что ресторан «Фаворит» уделяет особое внимание рекламе и акциям, которые направлены на популяризацию и узнаваемость ресторана «Фаворит».

7. Анализ маркетинговой среды организации

Для того, чтобы определить все недостатки и преимущества ресторана «Престиж» необходимо провести тщательную оценку всех возможных факторов, которые могут оказать влияние на деятельность ресторана. С этой целью, я провела SWOT-анализ, который представлен в таблице 4.

Таблица 4 - SWOT-анализ ресторана «Фаворит»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - удовлетворение запросов потребителя: качество продукции, скорость обслуживания, высокий уровень сервиса; - четкая концепция; - соответствие ожиданиям современной молодежи. 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаток инвестиций; - недостаток опыта; - отсутствие квалифицированных кадров; - высокая степень износа, закупленного б/у оборудования; - неотработанные на практике каналы поставки сырья.
Угрозы	Возможности
<ul style="list-style-type: none"> - выход на рынок новых конкурентов (столовые, кафе, с которыми сравниваются цены), рост налогов, изменение вкусов покупателей (популярная сейчас пицца со временем надоест); - активная деятельность текущего конкурента, конкурентного окружения; - контингент может не воспринять меню, представленное на дегустацию. 	<ul style="list-style-type: none"> - появление новых технологий производства продукции; - стабилизация экономики, рост уровня доходов населения; - ненасыщенный потребительский рынок, возможности роста; - увеличение благосклонности клиентов, за счет пропаганды здорового питания в СМИ; - политико-законодательные факторы: поддержка мероприятий по продвижению здорового питания, поддержка на муниципальном уровне предприятий малого бизнеса

По итогам SWOT-анализа ресторана «Фаворит» видно, что во внешней среде имеется достаточное количество возможностей для успешной работы заведения, а четко сформированная концепция, передовые технологии и знание потребительских предпочтений позволят фирме справиться с возможными угрозами и усилить слабые стороны предприятия.

В период прохождения практики, я также провела анализ конкурентов ресторана «Фаворит», В Духовщине, в настоящий момент функционирует только два предприятия с схожим видом деятельности, которые указан в таблице 5.

Таблица 5 – Конкуренты ресторана «Фаворит»

Название ресторана	Местоположение	Кухня	Особенности
22.13	Конюшенная пл.	Кухня разных стран мира	Собственная кондитерская, продажа аксессуаров.
Barbaresco	ул. Советская	Русская кухня	Винная комната, гастрономическая лавка, организация банкетов

К сильным сторонам можно отнести местоположение и интерьер ресторана, а также качество блюд. С точки зрения среднего чека, направленность ресторана ориентирована на средний класс и заведение нельзя назвать бюджетным.

Дополнительных услуг не так уж и много - помимо еды на вынос, вегетарианского меню и бизнес-ланчей можно добавить лишь караоке и парковку для посетителей.

Меню пересматривается не часто, назвать его разнообразным также нельзя к слабым сторонам "Барберри" можно также отнести недостаточную известность в городе, а также уровень обслуживающего персонала.

Выводы и предложения

Ресторан «Фаворит» осуществляет свою деятельность в полном объеме и отвечает всем требованиям, старается удовлетворить потребности всех потребителей и постоянно совершенствует свою деятельность. Рекомендации по повышению эффективности управления деятельностью организации: незамедлительно реагировать на происходящие во внутренней и во внешней среде изменения; иметь легко перенастраиваемое оборудование.

Кроме этого, я бы посоветовала развивать службу маркетинга. Необходимо разработать план по привлечению потенциальных потребителей. Можно провести акции, бонусные программы, усовершенствовать рекламную политику и т.д. За период практики освоены профессиональные компетенции, получен опыт в ресторанной и маркетинговой сфере.

В качестве заключения, необходимо отметить, что все поставленные цели и задачи производственной практики выполнены в полном объеме, практика позволила получить следующие навыки:

- ✓ Умение проводить денежные расчёты покупателями;
- ✓ Навык проведения анализа маркетинговой среды организации;
- ✓ Навык составления товарной отчетности.

Приложение 1

Внешний фасад ресторана «Фаворит»



Приложение 2

Зал ресторана «Фаворит»

