

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/80882>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Технология приготовления пищи

Общие положения 3

1 Общая характеристика предприятия 4

2 Ознакомление со структурой производства 9

3 Характеристика технологического оборудования предприятия 12

4 Организация снабжения и складского хозяйства 14

5 Ассортиментготавливаемых блюд 19

6 Ознакомление с организацией труда 24

7 Ознакомление с порядком отпуска готовой продукции 27

Заключение 29

Список литературы 30

Общие положения

Целью прохождения производственной практики является адаптация теоретических знаний студентов к практической деятельности в организациях, выработка профессиональных навыков и умений на базе полученных теоретических знаний в различных сферах деятельности, приобретение опыта самостоятельного осуществления профессиональной деятельности.

Задачами практики для основных видов профессиональной деятельности являются:

- расширение и углубление профессиональных навыков;
- овладение профессионально-практическими умениями, производственными навыками и передовыми методами организации профессиональной деятельности;
- усвоение методологии и технологии решения профессиональных задач (проблем).

1 Общая характеристика предприятия

В кафе можно быстро перекусить, уютно посидеть с друзьями, провести вечер с любимым человеком и завести новые знакомства. Кафе динамична, универсальна.

В кафе представлено меню с большим выбором алкогольных и безалкогольных напитков, горячих и холодных блюд, кондитерских изделий, которые динамично изменяются, соответствуя мировым модным тенденциям. Все блюда отвечают требованиям высокой кухни, соответствуют рецептурам и изготавливаются из свежих продуктов и удовлетворяют самые изысканные вкусы.

Средний чек на человека: 300-550 руб.

Миссия кафе заключается в индивидуальном подходе к каждому клиенту. Кафе работает для того, чтобы:

- отдых клиента был комфортным и запомнился на долгое время;
- клиент уносил с собой положительные эмоции, отличное настроение и заряд позитива после посещения кафе;
- предоставить лучший сервис, отвечающий самым высоким требованиям.

Кафе — это сложное предприятие включающее в себя ряд производств. Организация работы этих производств, спланированное взаимодействие на всех этапах, четкое понимание своей роли и ответственность каждого участника процесса в общем деле позволит уберечь материальные и временные затраты.

Для изготовления продукции организованы заготовочные (овощной, мясорыбный) и доготовочные (холодный, горячий) цеха.

Как видно, представленная организационная структура кафе «Погребок» является линейно-функциональной.

При данного рода управленческой структуре всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, который возглавляет определенный коллектив - директор. При разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов ему способствует специальный аппарат, который

состоит из функциональных подразделений (служба маркетинга, юридический отдел, отдел кадров, бухгалтерия и др.).

В данном случае функциональные структуры подразделения находятся в подчинении директора. Собственные решения он проводит в жизнь через соответствующих руководителей служб-исполнителей. Организационная структура представленного предприятия общественного питания определяется его назначением, вместимостью зала, спецификой гостей и пр.

Директор кафе «Погребок» координирует работы других руководителей, которые, в свою очередь, координируют деятельность работников более низкого уровня.

Организация работы начинается с разработки меню. Главный принцип при составлении меню – это обеспечение максимальной доходности кафе. Спрос по каждой из позиций меню тщательно отслеживается. Блюда, которые не пользуются спросом, своевременно удаляются из перечня меню. Отследить спрос по блюдам можно как с помощью компьютерного анализа, так и с помощью элементарного наблюдения за тем, что чаще всего остается на тарелках. С другой стороны, чтобы выявить блюда повышенного спроса, которых нет в меню, можно предложить официантам не реже одного раза в месяц заполнять анкеты, в которых они должны указать, какими блюдами клиенты интересуются чаще всего. По результатам анкетирования шеф-повару дается задание разработать то или иное блюдо. Разумеется, каждое новое блюдо, перед занесением в меню, тщательно дегустируется.

В данном кафе наблюдается использование бонусной или дисконтной пластиковой карты. Пластиковые карточки — основной инструмент для изучения потребительских предпочтений. За последние пару лет собственными пластиковыми картами обзавелись многие предприятия. Но при выпуске этого полезного предмета большинство заведений руководствовались лишь тем, что «так поступают конкуренты». Всего несколько российских предприятий используют пластиковые карты как инструмент, с помощью которого можно оптимизировать меню, продавать «неходовые» блюда и увеличивать число лояльных клиентов.

Кроме того, дисконтные карты стимулируют гостей к посещению заведений, когда те только открылись, и экономят деньги клиентов, когда круг завсегдатаев уже сложился.

Данные о гостях, которые накапливает пластиковая карточка (бонусная или дисконтная), способны принести немалую пользу. Например, во многих случаях заменить дорогостоящие исследования, которые обычно заказываются маркетинговым агентствам, и «навечно» привязать посетителей к заведению. Анализ данных по каждому из гостей поможет выявить их предпочтения, количество посещений в месяц или неделю, любимое время суток для похода в кафе и многие другие детали. Заведения, отслеживающие динамику привычек клиентов, способны предугадывать и мгновенно реагировать на их новые потребности. Главное преимущество пластиковой карты в том, что она позволяет формировать персонифицированную базу данных по постоянным клиентам. В момент выдачи карточки посетитель заполняет анкету, где дает сведения о своем возрасте, общественном положении, месте жительства, семье и т. д. Затем эта информация вносится в базу данных, что в дальнейшем позволяет учитывать каждое посещение владельца карты.

Гости - самые разные: бизнесмены и служащие, одинокие и пары. И кто бы ни пришел сюда, к каждому относятся как к почетному гостю, стараются предвосхитить желания и создают атмосферу домашнего уюта.

Так как кафе находится в центре города, то он принимает большое количество посетителей, как горожан, так и приезжих туристов. У кафе удобное месторасположение рядом с остановкой, большая парковка. В данном кафе всегда наблюдается быстрый сервис. Учитывая ритм жизни современного общества, время, отведенное на сервис, имеет тенденцию сокращаться. Задержки в сервисе оцениваются большинством как негативное явление, влияющие на конкурентоспособность кафе.

Быстрый сервис достигается двумя основными путями: за счет идеально отработанных стандартов и оптимального количества персонала, которое покрывает потребности.

Отработанные стандарты позволяют экономить на затратах на персонал. Правильно построенная система работы кафе напоминает в таком случае механизм, работающий бесперебойно. Каждая стадия взаимодействия с клиентом разбита на алгоритмы: приветствие, прием заказа, предварительные заготовки для различных блюд из меню (распределение на стандартные порции, хранение, замораживание), процесс подготовки заказа и декорации, подача блюд и т.д.

Обученные официанты оперативно справляются с переполненным залом в отличие от своих коллег, которые не проходили тренинги. Персонал – вежливые официанты, менеджеры и кассиры всегда делают заведению хорошую репутацию.

В меню представлены простые закуски, выпечка, легкие салаты. Также к вашим услугам широкий ассортимент горячих и первых блюд. В заведении много света, в качестве фоновой музыки играют в основном популярные современные хиты, а обстановка очень позитивная. Приятное впечатление дополнит доброжелательный и очень общительный персонал.

Для комфорта гостей, которые отправляются в дорогу, в кафе предусмотрена take away сервировка заказов. Стилизованные под тип кухни заведения общественного питания – актуальный тренд последнего времени. При воспроизведении стиля важно незаметно наполнить его современным комфортом и уютом. Это получилось в данном интерьере: присутствие классических атрибутов дополнено настольными лампами на каждом столе, удобными диванами и стульями, использованием напольной керамической плитки под дерево Cerim.

Кроме того, при разработке дизайна интерьера коммерческого помещения важно соблюсти баланс между его комфортом для посетителя и удобством для персонала. В данном интерьере это удалось за счет обеспечения достаточного количества посадочных мест, удобства обслуживания, запоминающейся атмосферы и соблюдения заложенного бюджета.

2 Ознакомление со структурой производства

Кафе — это сложное предприятие, включающее в себя ряд производств. Организация работы этих производств, спланированное взаимодействие на всех этапах, четкое понимание своей роли и ответственность каждого участника процесса в общем д

Список литературы

1. Анфимова Н. А. Кулинария. - М.: Академия, 2013. — 352 с.
2. Ахметзянов Ю.А. Татарская кухня: татарское книжное издательство. - М.: Академия, 2000 – 302 с.
3. Бутейкис Н.Г. Технология приготовления мучных кондитерских изделий. 9-е издание, стереотипное. — М.: Академия, 2010. — 304 с.
4. Захарова И. И., Толстова Е. Г. Особенности контроля качества при производстве блюд из полбы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2019. - № 4 (апрель). - С. 238–246.
5. Золин В.П. Технологическое оборудование предприятий общественного питания. Учебник для нач. проф. образования. — М.: Академия, 2012. — 320 с.
6. Качурина Т.А. Контрольные материалы по профессии Повар. Учебное пособие для НПО. — М.: ИЦ Академия, 2011. — 175 с.
7. Павлова Н. Н. Маркетинг в практике современной фирмы : учебник / Н. Н. Павлова. - М. : Норма, 2005. - 369 с.
8. Панкрухин А. П. Маркетинг : учебник / А. П. Панкрухин. - 6-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2009. - 655 с.
9. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания.- М., Экономика, 2011.
10. Сборник рецептур кулинарных изделий и блюд. - М.: Цитадель-трейд, 2010. - 752 с.
11. Сборник рецептур кулинарных изделий и блюд. Нормативная и технологическая документация. - М.: Хлебпродинформ, 2010. - 386 с.
12. Сборник технических нормативов. Сборник рецептур блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания: в 2 ч. М., 2010. Ч. 1; М., 2011. Ч. 2.
13. Синяева И. М. Маркетинговые коммуникации : учебник для вузов / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; ред. Л. П. Дашков. - 3-е изд. - М. : Дашков и К, 2008. - 323 с.
14. Соловьев Б. А. Маркетинг: учебник / Б. А. Соловьев. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 383 с.
15. Смирнова А. М. Трудовые показатели предприятия торговли: анализ и планирование : учеб. пособие / А. М. Смирнова ; Федер. агентство по образованию, Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск : КГТЭИ, 2008. - 150 с.
16. Смирнова А. М. Практикум по организации, нормированию и оплате труда на предприятиях отрасли (в торговле) : учеб. пособие / А. М. Смирнова ; Федер. агентство по образованию, Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. - Красноярск : КГТЭИ, 2008. - 90 с.
17. Справочник кулинара / Под ред. М.М. Ефимовой. М.: ПРОГРЕСС, 2013. – 471 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/80882>