

Объем ответа на задание не **должен превышать 1-3 страницы**. Размер шрифта 14пт. Интервал 1,5. Шрифт *TimesNewRoman*. Выравнивание текста по ширине.

Тема 4 Принципы составления меню в предприятиях питания в индустрии гостеприимства

Задание 1. Анализ меню (из интернета) предприятия ОП.

Задание 2. Анализ карты вин или карты коктейлей (из интернета).

Оформление отчёта

В отчете по практическому занятию указываются: дата проведения; тема и цель; индивидуальное задание; выводы по работе:

- вид меню (карты вин, коктейлей);
- последовательность расположения закусок, блюд и напитков в меню (карте вин, коктейлей);
- наличие информации об основных ингредиентах и способах приготовления блюд, напитков;
- наличие выхода блюд, напитков и цены;
- оформление карты блюд и напитков;
- наличие потребительской информации в меню, карте вин и др.

Ответ:

Принципы составления меню в предприятиях питания в индустрии гостеприимства

Задание 1. Анализ меню (из интернета) предприятия ОП.

Задание 2. Анализ карты вин или карты коктейлей (из интернета).

В настоящее время общественное питание развивается по различным направлениям. Появляется большое количество ресторанов с национальной кухней, появляются новые виды предприятий общественного питания: пабы, суши-бары и т.д. и поэтому правильно разработанное меню является одной из главной составляющей для эффективной работы ресторана.

Вряд ли кто станет спорить, что успех функционирования нового ресторана напрямую зависит от меню. Нередко именно меню является первой и единственной рекламой, которая на 100% привлечет внимание посетителей. Именно удачно разработанное меню окажет существенное влияние на управление ценами в ресторане, поможет получить прибыль и оптимизирует процесс работы в том или ином заведении.

Цель работы - изучение теоретических и практических аспектов оформления меню на примере меню ресторана.

Слово «меню» происходит от французского «menu» и обозначает расписание блюд и напитков на завтрак, обед и ужин, а также рационы (трехразового питания), составленные для обслуживания совещаний, симпозиумов и др. Второе определение «меню» - это бланк, карта, лист бумаги, где печатается либо пишется наименование блюд. Ниже приведены и другие определения «меню» из разных источников.

При составлении меню нужно рассматривать следующие факторы:

- приблизительный ассортимент блюд, напитков и изделий;
- присутствие сырья и продуктов на складе;
- сезонность продуктов;
- наличие стандартов приготовления блюд (сборников рецептур, технико-технологических карт на новые и фирменные блюда);
- особенности обслуживаемого контингента (возрастные, национальные, высокопрофессиональные, религиозные);
- время обслуживания (завтрак, обед, ужин);
- формы сервиса, рекомендуемые для данного контингента покупателей (бизнес - ланч, шведский стол, семейный обед);
- трудоемкость блюд, кулинарных и кондитерских изделий;
- специализация кухни по отношению к кухням конкурентов;
- полагаемый уровень прибыли;
- расходы на приобретение продуктов, аренду помещения, заработную плату персонала;
- режим работы персонала.

Меню должно быть многообразным по видам сырья (рыбные, продукты моря, мясные, из птицы, дичи, овощные, крупяные, яичные, молочные, мучные) и методами кулинарной обработки (отварные, припущенные, жареные, тушеные, запеченные).

Все виды меню подразделяют в зависимости от контингента

потребителей, типа предприятия и принятых форм обслуживания.

В международной практике различают следующие виды меню:

а-лякарт (a la carte) - применяется в дорогих ресторанах, этот тип меню предлагает выбор в каждом виде блюд, причем каждое блюдо оценивается отдельно.

табльдот - этот тип меню предлагает небольшой (обычно весьма ограниченный) ассортимент блюд и оценивается общей суммой в расчете на одного человека за все меню. Буквально tabled'hote означает по-французски "стол хозяина". Типичный пример такого меню - "деловой завтрак" (бизнес-ланч) по умеренным ценам, в состав которого входят по три-четыре наименования блюд.

дюжур (dujour) - меню дежурных (дневных) блюд;

а парт (a parte) - потребители обслуживаются в установленный промежуток времени, предварительно сделав заказ;

туристское меню - формируется специально для туристов с акцентом на невысокую цену и питательные качества блюд.

В зависимости от назначения применяются несколько видов меню: со свободным выбором блюд; заказных блюд дневного рациона; комплексных обедов (завтраков, ужинов); дежурных блюд и закусок; банкетов; для специальных видов обслуживания (например, свадебное или новогоднее); диетического питания.

Последовательность расположения закусок и блюд в меню: вначале в меню указывают фирменные блюда, независимо от того, к какой группе блюд они относятся (холодные, первые, вторые, сладкие и т.д.); затем в меню включают холодные блюда и закуски, молочные продукты; после соответствующих холодных блюд указывают салаты в зависимости от исходного сырья (рыбные салаты после рыбных и холодных блюд, мясные - после мясных холодных блюд и т.д.); салаты могут выделены в отдельную группу, в этом случае их включают перед мясными холодными блюдами; за холодными блюдами следуют горячие закуски, затем супы, вторые блюда,

сладкие, фрукты, горячие и холодные напитки, мучные кондитерские изделия. фирменные блюда и закуски;

холодные блюда и закуски;

икра зернистая осетровых рыб, паюсная;

икра зернистая лососевых рыб;

рыба малосоленая (семга, лососина с лимоном);

рыбные холодные блюда;

мясные холодные блюда и закуски;

овощные и грибные;

яичные и мучные;

супы;

прозрачные;

заправочные;

пюре;

молочные, холодные, сладкие;

рыбные горячие блюда;

рыба отварная и припущенная;

рыба жареная;

рыба запеченная;

мясные горячие блюда;

мясо отварное, припущенное;

мясо, жаренное крупными и порционными кусками;

мясо в соусе (бефстроганов, поджарка);

мясо, жаренное в панированном виде;

субпродукты жареные;

мясо тушеное и запеченное;

блюда из рубленого мяса и котлетной массы;

горячие блюда из домашней птицы и дичи;

птица отварная, припущенная;

птица фаршированная;

птица и дичь жареные;
блюда из тушеной птицы;
блюда из рубленой птицы;
блюда из овощей, круп, бобовых, макаронных изделий, мучные;
блюда из яиц и творога;
сладкие блюда;
горячие (яблоко в тесте, каша гурьевская, пудинги, пончики с вареньем и др.);
холодные (кисели, муссы, желе, самбуки, кремы, мороженое, сливки, взбитые с наполнителями, компоты из свежих и консервированных фруктов);
фрукты, ягоды натуральные и в сиропе.

При расположении вторых блюд из различных видов сырья также учитывается определенная последовательность в зависимости от технологии их приготовления и порядка подачи. Из рыбных блюд вначале в меню вписывают отварные (например, судак отварной), затем блюда в соусе (осетрина в томате), жареные (судак в тесте), запеченные (треска, запеченная на сковороде).

Из мясных вначале вписываются блюда из мяса натуральные (филе, антрекот, бифштекс), блюда в соусе (гуляш, бефстроганов), блюда из птицы и дичи.

Все блюда в меню перечисляют в последовательности, соответствующей порядку приема пищи. Фирменные и порционные блюда в общем меню выделяются в особый раздел. Порядок перечисления блюд должен соответствовать ассортиментному минимуму -- определенному количеству блюд и напитков, которые ежедневно должны быть в реализации.

На специализированных предприятиях этот порядок может быть изменен, например, в меню кафе сначала включают горячие и холодные напитки, затем - выпечку, молочные продукты, закуски, сладкие блюда

Предприятия, обслуживающие иностранных туристов, должны иметь меню на иностранных языках (английском, немецком, французском).

Меню ресторанов класса люкс должно содержать не менее 15 наименований холодных закусок, 3- горячих, 5-супов, 30- вторых горячих блюд, 6 -сладких блюд.

Для большинства загородных, национальных и тематических ресторанов количество блюд и напитков может быть установлено индивидуально. Основу ассортимента в этом случае составляют фирменные блюда, напитки, изделия, отражающие особенности национальной кухни или тематическую направленность ресторана.

В меню ресторана первого класса должны быть включены заказные и фирменные блюда.

Сокращение количества наименований блюд и закусок, предусмотренных ассортиментным минимумом, не допускается. Наоборот, ассортимент может быть расширен за счет включения в меню сезонных и фирменных блюд.

Блюда и закуски, включенные в меню, должны быть в наличии в течение всего дня работы ресторана или в течение времени, указанного в меню для завтрака, обеда или ужина.

Карта вин - документ, содержащий перечень алкогольных напитков и других сопутствующих товаров, предназначенный для доведения информации о наименованиях напитков и цен на них. Основным ассортиментом карты вин является перечень алкогольных напитков. Дополнительно в карту вин включают пиво, прохладительные напитки, табачные изделия, покупные кондитерские изделия (шоколад, конфеты и др.). При составлении карты вин необходимо учитывать: тематическую направленность ресторана (рыбный, пивной); национальную направленность кухни (французская, итальянская, восточная, русская); популярность напитков в мире, отдельной стране, среди постоянного контингента потребителей.

Эти факторы определяют последовательность расположения отдельных

групп напитков. Например, в пивных ресторанах - с пива, в ресторанах с русской кухней - с ассортимента водок, горьких настоек, в ресторанах с французской, итальянской кухнями - с перечня вин Франции, Италии и т.д. Перечень напитков каждой группы в карте вин следует начинать от менее дорогого к более дорогому. На одной или нескольких страницах дают перечень алкогольных напитков каждой страны- изготовителя. В перечне обязательно указывают название напитка на русском языке и языке страны- изготовителя. Если требуются пояснения к соответствующим названиям вин, то их обязательно приводят в карте вин. Например, указывают место произрастания винограда, место розлива вина, наиболее известные регионы (вина Риохи, Бургундии, Бордо).

В карте вин указывают наименования напитков, емкость бутылки, цену за всю емкость бутылки, а также за 100 и 50 мл. Если в ресторане дорогие вина не реализуют в розлив, то в карте вин против названия напитка указывают только емкость бутылки и цену за нее. В карте вин алкогольные напитки располагают в следующей последовательности:

Водки, горькие настойки, наливки; Бальзамы;

Текила: Silver Серебряная, Gold Золотая, Blanco, Plata, Reposado, Anejo;

Джин: Beefeater Бифитер, Gordon's London Dry (Гордоне Пандан драй);

Виски (шотландское, ирландское):

односолодовое (Single malt, Pure malt, Vatted malt), смешанное (Blended);

Виски США: кукурузное, ржаное, пшеничное, Blended bourbon (смешанное кукурузное), Bourbon straight (смешанное кукурузное, пшеничное, ржаное), Tennessee (Теннеси), Seagram's V.O.;

Виски Канады (смешанное): Черный бархат, Канадиан Клуб;

Виски Японии: Pure malt (солодовое), Blend (смешанное);

Ром: светлый, темный, золотой; Ликеры: фруктовые, ягодные, ореховые, эмульсионные;

Виноградные вина столовые: белые, красные, розовые; Вина Франции

Vin de Table (столовые) Vin de Pays (местные) VDOS (контролируемые вина по сортам винограда, годам урожая, методам производства) AOC (высшая категория вин, контролируемая по происхождению) Вина Италии VDT Vino Da Tavola (столовые вина) LGT Indicazione Geografica Tipica (местные) DOC (Denominazione di Origine Controllata) DOCG (Denominazione di Origine Controllata) Вина Испании Vino de Mesa (столовые вина) DO (Denominacion de Origen) DOC (Denominacion de Origen Calificada) Вина Португалии Vino de Mesa (столовые вина) Indicao de Proveniencia Regula mentade Вина Германии Taffelwein (столовые вина) Landwein (местные) QBA (Qualitätswein Bestimmte Anbaugebiete) QMP (Qualitätswein mit Pradikat)

Вина Чили Подразделяют по срокам выдержки: SPECIAL - 2 года RESERVE - 4 года GRAN VINO - 6 лет

Вина Грузии, Молдавии, Крыма Столовые Крепленые Ароматизированные Игристые

Шампанское: брют, сухое, полусухое, полусладкое, сладкое

Коньяки Ординарные 3, 4, 5 звездочек Марочные Коллекционные французские коньяки VS VSOP XO special Extra Louis XIII

Бренди, Арманьяк, Марк, Граппа

Пиво Разливное светлое, темное по названиям торговых марок
Бутылочное светлое, темное по названиям торговых марок .

Прохладительные напитки

Соки свежавыжатые из фруктов и цитрусовых (fresh)

Соки заводского приготовления (tetrapak) в ассортименте

Минеральная вода с газом и без газа по названиям источников или торговых марок

Газированная вода: Содовая Тоник Спрайт Кока-кола Фанта

Табачные изделия Сигареты Сигары Сигариллы

Карта коктейлей ресторана

Карта коктейлей - документ, содержащий перечень классических, популярных, фирменных, оригинальных коктейлей, записанных в

определенном порядке с указанием их выхода и цены.

Меню, карты вин и коктейлей вкладываются в обложки из мелованной бумаги, картона или кожзаменителя. Они являются документами строгого учета. Количество папок, карт вин и коктейлей должно соответствовать числу официантов. Ответственность за их сохранность несет метрдотель. Красочно оформленные меню, карты вин и коктейлей с цветными фотографиями блюд и напитков являются средствами рекламы. Они должны отражать стиль или тематическую направленность ресторана, содержаться в чистоте. Следует избегать всех видов ошибок, как смысловых, так и орфографических, сверяясь со справочной литературой. Популярное меню, отличное обслуживание еще не гарантируют ресторану прибыли, если никто, за исключением постоянных клиентов, не будет об этом знать. Поэтому для любого ресторана важно вести работу по продвижению своих услуг - это позволит привлекать больше гостей и получать стабильную прибыль. Питание является одним из основных условий существования человека, а проблема улучшения качества питания и проведение досуга - одной из основных проблем человеческой культуры. Количество, вкусовые свойства и ассортимент продуктов питания, своевременность и регулярность приема пищи решающим образом влияют на жизнедеятельность человека. Современной наукой разработаны принципы рационального питания, касающиеся количественного и качественного состава пищи, режима питания. Однако эти принципы еще не стали достоянием широких слоев населения, не вошли в быт каждой семьи. Многие люди еще не имеют ясного представления о правилах рационального питания. О них вспоминают только тогда, когда появляются последствия неправильного питания - болезненные явления. Отсутствие убедительной рекламы и пропаганды приводит к тому, что некоторые люди забывают вовремя поесть или едят на ходу, пренебрегая услугами общественного питания. Правильно организованная реклама общественного питания может оказывать значительное влияние на характер потребления продуктов населением, в известной степени регулировать это

потребление.