

Формула операционной деятельности ресторана: организация и управление

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 08.12.2025

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации
или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Организация работы в ресторане

- Основные направления деятельности в ресторане
- Планирование работы: стратегическое видение и постановка целей
- Составление планов действий: система KPI и правило SMART
- Выбор оптимальной организационно-функциональной структуры ресторана. Определение функционала
- Виды стандартов (стандарты обслуживания, технологические и технические стандарты, стандарты в области управления персоналом, маркетинговые, внутренние политики предприятия)
- Контроль выполнения стандартов: инструменты и процедуры

Финансы

- Основные финансовые показатели ресторана и их контроль
- Управление продажами
- Финансовая отчетность. Бюджет и отчет о прибылях и убытках
- Инвентаризации
- Контроль себестоимости на кухне (закупки, хранение, списания,

- нормы заготовок и т.п.)
- ТТК, КК, акты списаний, проработок, товарно-транспортные накладные, сопроводительная документация
- Контроль себестоимости рабочей силы (расходы на зарплату, идеальные часы сотрудников, обучение персонала)
- Контроль и оптимизация всех расходов в ресторане

Административная работа и документооборот в ресторане

- Структура документооборота
- Кадровые документы
- Разрешительно-нормативная документация
- Охрана труда: техника безопасности, ППБ и электробезопасность
- Санитарные нормы и правила
- Внутренние аудиты

Практикумы:

- Упражнение «Составление и формулирование целей по основным направлениям работы»
- Комплексные упражнения «Расчет себестоимости реализации и себестоимости рабочей силы»
- Кейс «Составление Отчета о прибылях и убытках»

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ

- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации
- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки

- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании
- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4P
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности

- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение