

Wymagania niezbędne do otrzymania przez ucznia poszczególnych śródrocznych i rocznych ocen klasyfikacyjnych

z przedmiotu: Usługi gastronomiczne i cateringowe

Rok szkolny 2024/2025

Klasa 3 G

Działalność usługowa zakładów gastronomicznych 1. Podstawowe pojęcia z zakresu gastronomii i usług gastronomicznych 2. Klasyfikacja placówek i zakładów gastronomicznych 3. Układ funkcjonalny zakładu gastronomicznego 4. Stanowiska pracy w części handlowo-usługowej zakładu gastronomicznego				
- definiuje podstawowe pojęcia z zakresu gastronomii i usług gastronomicznych (np. zakład gastronomiczny, placówka gastronomiczna, lokal gastronomiczny, usługa, klient, gość, przyjęcie, catering itd.) - wymienia placówki gastronomii indywidualnej, systemowej i specjalnej - wymienia zakłady gastronomiczne i miejsca pracy kelnera - definiuje pojęcie: funkcjonalny układ pomieszczeń w zakładzie gastronomicznym - wymienia działy w zakładach gastronomicznych, pomieszczenia części handlowo-usługowej ich funkcję	- opisuje podstawowe pojęcia z zakresu gastronomii i usług gastronomicznych (np. zakład gastronomiczny, placówka gastronomiczna, lokal gastronomiczny, usługa, klient, gość, przyjęcie, catering itd.) - opisuje placówki gastronomii indywidualnej, systemowej i specjalnej - opisuje zakłady gastronomiczne i miejsca pracy kelnera - rozdziela zakłady gastronomiczne i inne miejsca świadczenia usług gastronomicznych i cateringowych	- porównuje placówki gastronomii indywidualnej - rozdziela placówki gastronomii systemowej i specjalnej - charakteryzuje zakłady gastronomiczne i miejsca pracy kelnera - opisuje zakłady gastronomiczne i inne miejsca świadczenia usług gastronomicznych i cateringowych - ilustruje funkcjonalny układ pomieszczeń w zakładzie gastronomicznym - dopasowuje urządzenia i sprzęt wykorzystywany w różnych częściach zakładu	- porównuje podstawowe pojęcia z zakresu usług gastronomicznych (np. usługa, klient, gość, przyjęcie, catering itd.) - wyjaśnia podział usług gastronomicznych - rozdziela miejsca pracy kelnera (np. restauracje, kawiarnie, bary, puby domy weselne itp.) i inne miejsca świadczenia usług gastronomicznych i cateringowych - określa znaczenie rozwiązań funkcjonalnych zakładu gastronomicznego dla bezpieczeństwa i jakości	- stosuje podział usług gastronomicznych odcinków pracy - konkretyzuje skutki oddziaływania czynników szkodliwych, niebezpiecznych i uciążliwych na organizm człowieka - powiązuje miejsca pracy kelnera (np. restauracje, kawiarnie, bary, puby, domy weselne itp.) i inne miejsca świadczenia usług w

wylicza urządzenia i sprzęt wykorzystywany w części handlowo-usługowej zakładu opisuje sylwetkę zawodową kelnera (np. strój służbowy, kultura bycia, schludny wygląd, higiena itd.) wymienia oczekiwane predyspozycje fizyczne i psychiczne do pracy w zawodzie kelner wymienia elementy osobistego wyposażenia kelnera do bezpośredniej obsługi gości (np. długopis, notatnik, palmtop, tablet, serwetka kelnerska, trybuszon, zapalki itp.) wylicza stanowiska pracy w części handlowo-usługowej zakładu gastronomicznego wymienia zadania kelnera wykonywane w różnych pomieszczeniach części handlowo-usługowej wymienia czynniki szkodliwe, niebezpieczne i uciążliwe dla pracowników i klientów/gości charakteryzuje choroby zawodowe w gastronomii wskazuje najczęstsze przyczyny sytuacji stresujących w pracy zawodowej	opisuje funkcjonalny układ pomieszczeń w zakładzie gastronomicznym opisuje pomieszczenia części handlowo-usługowej i określić ich funkcję opisuje urządzenia i sprzęt wykorzystywany w części handlowo-usługowej zakładu opisuje oczekiwane predyspozycje fizyczne i psychiczne do pracy w zawodzie kelner charakteryzuje stanowiska pracy w części handlowo-usługowej zakładu gastronomicznego charakteryzuje zadania kelnera wykonywane w różnych pomieszczeniach części handlowo-usługowej rozpoznaje czynniki szkodliwe, niebezpieczne i uciążliwe dla pracowników i klientów/gości charakteryzuje choroby zawodowe w gastronomii wskazuje najczęstsze przyczyny sytuacji stresujących w pracy zawodowej	rozpoznaje predyspozycje fizyczne i psychiczne niezbędne do pracy w zawodzie kelner dobiera elementy osobistego wyposażenia kelnera do bezpośredniej obsługi gości (np. długopis, notatnik, palmtop, tablet, serwetka kelnerska, trybuszon, zapalki itp.) porównuje stanowiska pracy w części handlowo-usługowej zakładu gastronomicznego ocenia czynniki szkodliwe, niebezpieczne i uciążliwe dla pracowników i klientów/gości gastronomii analizuje najczęstsze przyczyny sytuacji stresujących w pracy zawodowej	produkcji, bezpieczeństwa pracowników wyznacza schemat układu funkcjonalnego zakładu gastronomicznego przebieg dróg komunikacyjnych zgodnie z wymaganiami sanitarno-higienicznymi i zasadami bezpieczeństwa rozdziela funkcje urządzeń sprzętu wykorzystywanego w części handlowo-usługowej zakładu rozpoznaje cechy osobowości kelnera konieczne i przydatne w pracy na różnych stanowiskach dobiera funkcje elementów wyposażenia kelnera do bezpośredniej obsługi rozpoznaje stanowiska pracy w części handlowo-usługowej zakładu gastronomicznego określa zadania kierownika zakładu, sali i innych odcinków pracy określa skutki oddziaływania czynników szkodliwych, niebezpiecznych i uciążliwych na organizm człowieka wskazuje przyczyny chorób zawodowych występujących w gastronomii	gastronomicznych i cateringowych projektuje rozwiązania funkcjonalnych zakładu gastronomicznego dla bezpieczeństwa i jakości produkcji, bezpieczeństwa pracowników i eliminuje skutki oddziaływania czynników szkodliwych, niebezpiecznych i uciążliwych na organizm człowieka wskazuje cechy osobowości kelnera konieczne i przydatne w pracy na różnych stanowiskach wskazuje przyczyny i sposoby zapobiegania chorobom zawodowym występującym w gastronomii
---	---	--	---	---

II. Planowanie usług gastronomicznych i cateringowych oraz działania marketingowe

1. Oferty usług gastronomicznych i cateringowych

2. Zasady planowania ofert usługowych i cateringowych

3. Promowanie i sprzedaż usług gastronomicznych i cateringowych

wymienia pojęcia, np. usługa gastronomiczna, przyjęcie okolicznościowe, kongres, konferencja, raut, catering wymienia rodzaje usług gastronomicznych definiuje czym jest catering wymienia rodzaje usług cateringowych wymienia wyposażenie do usług cateringowych oraz zasady obsługi usług i przyjęć cateringowych wymienia narzędzia stosowane do analizy rynku usług gastronomicznych i cateringowych, z uwzględnieniem popytu (np. dane statystyczne, własne badania ankietowe itd.) wylicza zasady planowania usług gastronomicznych i cateringowych wymienia zasady diagnozowania potrzeb zleceń i dawcy na usługę gastronomiczną i cateringową definiuje promocję usług gastronomicznych i cateringowych	określa pojęcia, np. usługa gastronomiczna, przyjęcie okolicznościowe, kongres, konferencja, raut, catering rozróżnia rodzaje usług gastronomicznych opisuje rodzaje usług gastronomicznych charakteryzuje catering i wymienia korzyści wynikające ze świadczenia usług cateringowych opisuje rodzaje usług cateringowych charakteryzuje catering i wymienia korzyści wynikające ze świadczenia usług cateringowych opisuje rodzaje usług cateringowych oraz wyposażenie do usług cateringowych charakteryzuje zasady obsługi usług i przyjęć cateringowych definiuje narzędzia stosowane do analizy rynku usług gastronomicznych i cateringowych, z uwzględnieniem popytu (np. dane statystyczne, własne badania ankietowe itd.) podaje przykłady zasad planowania usług gastronomicznych i cateringowych	podaje przykłady usług gastronomicznych charakteryzuje catering i określa korzyści wynikające ze świadczenia usług cateringowych porównuje rodzaje usług cateringowych dobiera wyposażenie do usług cateringowych stosuje zasady obsługi usług i przyjęć cateringowych porównuje narzędzia stosowane do analizy rynku usług gastronomicznych i cateringowych, z uwzględnieniem popytu (np. dane statystyczne, własne badania ankietowe itd.) przedstawia zasady planowania usług gastronomicznych i cateringowych i wskazuje poprawne rozwiązanie dobiera usługę gastronomiczną do potrzeb zleceń i dawcy	stosuje usługi świadczone przez gastronomię (podstawowe, towarzyszące, komplementarne fakultatywne), w tym przyjęcia okolicznościowe, zasiadane, stojące, mieszane, kongresy, konferencje, rauty itp. planuje oferty usług gastronomicznych ocenia poprawność doboru wyposażenia do usług cateringowych opracowuje analizę rynku usług gastronomicznych i cateringowych z uwzględnieniem popytu (np. dane statystyczne, własne badania ankietowe itd.) dobiera usługi gastronomiczne i cateringowe do oferty zakładów i punktów gastronomicznych, w zależności od zapotrzebowania rynku, uwzględniając segmentację geograficzną, demograficzną, społeczno-ekonomiczno-kulturową, behawioralną gości opracowuje ofertę usług gastronomicznych i cateringowych, ukierunkowaną	rozróżnia usługi świadczone przez gastronomię (podstawowe, towarzyszące, komplementarne fakultatywne), w tym przyjęcia okolicznościowe, zasiadane, stojące, mieszane, kongresy, konferencje, rauty itp. weryfikuje przygotowaną ofertę usług gastronomicznych wskazując potrzebę analizowania rynku usług gastronomicznych i cateringowych weryfikuje dobór usług gastronomicznych i cateringowych do oferty zakładów i punktów gastronomicznych, w zależności od zapotrzebowania rynku, uwzględniając segmentację geograficzną, demograficzną, społeczno-ekonomiczno-kulturową, behawioralną gości
--	--	---	---	---

wymienia funkcje promocji usług gastronomicznych i cateringowych wymienia działania związane z promocją usług gastronomicznych i cateringowych (np. wizytówka, znak firmowy, reklama, public relations, promocja sprzedaży itd.) nazywa metody sprzedaży usług gastronomicznych i cateringowych definiuje sprzedaż osobistą jako podstawowe narzędzie promocji usług gastronomicznych i cateringowych	i wskazuje poprawne rozwiązanie opisuje ofertę dostosowaną do wymagań i potrzeb klienta (np. jego możliwości finansowe, styl życia, modę w gastronomii itd.) charakteryzuje pojęcie promocja usług gastronomicznych i cateringowych i określa ich funkcje opisuje działania związane z promocją usług gastronomicznych i cateringowych (np. wizytówka, znak firmowy, reklama, public relations, promocja sprzedaży itd.) charakteryzuje metody sprzedaży usług gastronomicznych i cateringowych omawia sprzedaż osobistą jako podstawowe narzędzie promocji usług gastronomicznych i cateringowych	wybiera ofertę dostosowaną do wymagań i potrzeb klienta (np. jego możliwości finansowe, styl życia, modę w gastronomii itd.) dobiera działania związane z promocją usług gastronomicznych i cateringowych (np. wizytówka, znak firmowy, reklama, public relations, promocja sprzedaży itd.) porównuje metody sprzedaży usług gastronomicznych i cateringowych przetwarza sprzedaż osobistą jako podstawowe narzędzie promocji usług gastronomicznych i cateringowych	na klienta (np. dania tradycyjne, regionalne, etniczne, ekologiczne itd.) wyjaśnia koncepcję marketingu usług gastronomicznych charakteryzuje narzędzia promocji bezpośredniej oraz funkcje marki w gastronomii (gwarancyjną, promocyjną itp.) charakteryzuje strategię promocji (push i pull) określa działania związane z promocją usług gastronomicznych i cateringowych (np. reklama, public relations, promocja sprzedaży itd.) dobiera proponowane działania promocyjne do typu klienta planuje działania promocyjne świadczonych usług gastronomicznych i cateringowych (pokazy kulinarne, konkursy gastronomiczne, media społecznościowe, billboardy, ulotki reklamowe itd.) analizuje metody sprzedaży usług gastronomicznych i cateringowych	analizuje ofertę usług gastronomicznych i cateringowych, ukierunkowaną na klienta (np. dania tradycyjne, regionalne, etniczne, ekologiczne itd.) opracowuje koncepcję marketingu usług gastronomicznych stosuje narzędzia promocji bezpośredniej oraz funkcje marki w gastronomii (gwarancyjną, promocyjną itp.) interpretuje strategię promocji (push i pull) określa skuteczność działań związanych z promocją usług gastronomicznych i cateringowych (np. reklama, public relations, promocja sprzedaży itd.) stosuje zaproponowane działania promocyjne do typu klienta wdraża działania promocyjne świadczonych usług gastronomicznych i cateringowych (pokazy kulinarne, konkursy gastronomiczne, media społecznościowe, billboardy, ulotki reklamowe itd.) analizuje metody sprzedaży usług gastronomicznych i cateringowych
---	--	--	--	---