

CHƯƠNG TRÌNH HỌC PHẦN

1. Thông tin chung về học phần

Tên học phần: Quản trị kinh doanh nhà hàng

Mã học phần:

Số tín chỉ: 3

Học phần tiên quyết: Quản trị ẩm thực; Công nghệ phục vụ buồng, bàn, quầy bar; Kinh tế du lịch; Quản trị nguồn nhân lực, Marketing căn bản.

Đào tạo trình độ: Đại học

Giảng dạy cho các ngành: Quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành.

Bộ môn quản lý: Quản trị du lịch.

Phân bổ thời gian trong học phần:

- Nghe giảng lý thuyết: 30 tiết
- Làm bài tập trên lớp: 00 tiết
- Thảo luận: 15 tiết
- Thực hành, thực tập: 00 tiết
- Tự nghiên cứu: 90 giờ.

2. Mô tả tóm tắt học phần

Học phần trang bị cho người học những kiến thức và kỹ năng cơ bản về hoạt động kinh doanh nhà hàng: quy trình hoạt động của một nhà hàng; quản trị nhân lực nhà hàng; hoạt động marketing; kiểm soát chất lượng dịch vụ; kiểm soát các chi phí phát sinh trong quá trình kinh doanh; nhằm giúp sinh viên có thể vận dụng các kiến thức quản trị kinh doanh nhà hàng vào công tác quản lý của đơn vị và không ngừng thỏa mãn nhu cầu của thực khách.

3. Chủ đề và chuẩn đầu ra của học phần

3.1. Danh mục chủ đề của học phần

1. Quy trình hoạt động của nhà hàng
2. Marketing trong kinh doanh nhà hàng
3. Quản trị nhân lực nhà hàng
4. Kiểm soát chất lượng dịch vụ nhà hàng
5. Kiểm soát chi phí trong kinh doanh nhà hàng

3.2. Chuẩn đầu ra của quá trình dạy - học từng chủ đề của học phần

Chủ đề 1: Quy trình hoạt động của nhà hàng

Nội dung	Mức độ
Kiến thức 1. Khái niệm và phân loại nhà hàng	1

2. Vai trò và chức năng của hoạt động kinh doanh nhà hàng	1
3. Khái niệm và vai trò của thực đơn	1
4. Các nguyên tắc cơ bản để xây dựng và thiết kế thực đơn	2
5. Nội dung và yêu cầu của quy trình tổ chức kinh doanh nhà hàng	3
Thái độ	
1. Có sự nhìn nhận đúng đắn và đầy đủ về vị trí và ý nghĩa của kinh doanh nhà hàng	
2. Có ý thức quan sát, tìm hiểu về sự phối hợp giữa các bước trong quy trình nhằm nâng cao chất lượng phục vụ đáp ứng tốt nhất nhu cầu của thực khách	
Kỹ năng	
1. Phân biệt được kinh doanh nhà hàng và kinh doanh ăn uống bình dân	2
2. Xây dựng và thiết kế được một thực đơn chi tiết cho nhà hàng	3
3. Có khả năng đưa ra những giải pháp nhằm cải thiện và nâng cao hiệu quả hoạt động của nhà hàng	3

Chủ đề 2: Marketing trong kinh doanh nhà hàng

Nội dung	Mức độ
Kiến thức	
1. Động cơ khách đến với nhà hàng	2
2. Phân khúc thị trường ăn uống và lựa chọn thị trường mục tiêu	2
3. Chiến lược marketing mix trong kinh doanh nhà hàng	3
4. Các phương thức quảng cáo, khuyến mãi trong kinh doanh nhà hàng	2
Thái độ	
1. Ý thức được tầm quan trọng của hoạt động nghiên cứu thị trường và xác định phân khúc mục tiêu trong kinh doanh nhà hàng	
2. Hiểu được vai trò và mục tiêu của các thành tố trong chiến lược marketing mix cho nhà hàng	
3. Linh hoạt trong vận dụng các phương thức xúc tiến (quảng cáo, khuyến mãi,...)	
Kỹ năng	
1. Xác định được thị trường mục tiêu cho một nhà hàng mới	3
2. Xây dựng được chiến lược Marketing mix cho một nhà hàng	3
3. Lựa chọn được các phương thức quảng cáo, khuyến mãi hiệu quả đối với mỗi loại hình nhà hàng cụ thể	2

Chủ đề 3: Quản trị nhân lực nhà hàng

Nội dung	Mức độ
Kiến thức	
1. Mô hình tổ chức bộ máy nhà hàng	1
2. Đặc điểm và chức năng của bộ phận nhân lực tuyển trước và tuyển sau	1

nhà hàng	
3. Chức năng và sự phối hợp của ba bộ phận tác nghiệp trong nhà hàng	3
4. Xây dựng thời gian biểu làm việc cho nhân viên	2
5. Chính sách phân bổ tips trong kinh doanh nhà hàng	3
Thái độ	
1. Ý thức được vai trò của sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận tác nghiệp trong kinh doanh nhà hàng	
2. Linh hoạt trong xây dựng thời gian biểu làm việc	
3. Nhận thức được ý nghĩa của văn hóa tips và ảnh hưởng của các chính sách phân bổ tips đến nhân viên và thực khách	
Kỹ năng	
1. Xây dựng được các biện pháp nâng cao sự phối hợp giữa tuyến trước, tuyến sau và giữa ba bộ phận tác nghiệp	3
2. Xây dựng được thời gian biểu làm việc cho từng bộ phận dựa trên đặc điểm công việc và nguồn nhân lực	3
3. Lựa chọn được chính sách phân bổ tips hiệu quả	3

Chủ đề 4: Kiểm soát chất lượng dịch vụ nhà hàng

Nội dung	Mức độ
Kiến thức	
1. Khái niệm dịch vụ và chất lượng dịch vụ nhà hàng	1
2. Chỉ tiêu RATER đánh giá chất lượng dịch vụ nhà hàng	2
3. Ý nghĩa của nâng cao chất lượng dịch vụ nhà hàng	2
4. Đo lường chất lượng dịch vụ nhà hàng (mô hình SERVQUAL)	2
Thái độ	
1. Nhận thức được vai trò của chất lượng dịch vụ nhà hàng	
2. Tích cực quan tâm cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ nhà hàng	
Kỹ năng	
1. Vận dụng chỉ tiêu RATER đánh giá chất lượng dịch vụ cho nhà hàng	3
2. Vận dụng mô hình SERVQUAL để đánh giá chất lượng dịch vụ nhà hàng	3
3. Dựa trên kết quả đánh giá để đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thực khách	3

Chủ đề 5: Kiểm soát chi phí trong kinh doanh nhà hàng

Nội dung	Mức độ
Kiến thức	
1. Các loại chi phí trong kinh doanh nhà hàng	1
2. Chi phí thực phẩm và các nhân tố tác động	2
3. Các biện pháp kiểm soát chi phí thực phẩm	3
4. Thực tiễn chi phí lao động và các biện pháp tiết giảm chi phí lao động	3

Thái độ	
<ol style="list-style-type: none"> Nhận thức được ý nghĩa của việc kiểm soát và tiết giảm chi phí đối với hoạt động kinh doanh của nhà hàng Có ý thức tiết kiệm chi phí Trung thực trong báo cáo các loại chi phí 	
Kỹ năng	
<ol style="list-style-type: none"> Xác định tỷ lệ hợp lý các loại chi phí Xây dựng được quy trình kiểm soát chi phí thực phẩm cho nhà hàng Đề xuất các biện pháp tiết kiệm các loại chi phí trong kinh doanh nhà hàng ăn uống 	<p>3</p> <p>3</p> <p>3</p>

4. Phân bổ thời gian chi tiết

Chủ đề	Phân bổ số tiết cho hình thức dạy - học					Tổng
	Lên lớp			Thực hành, thực tập	Tự nghiên cứu	
	Lý thuyết	Bài tập	Thảo luận			
1	6	0	3	0	18	27
2	6	0	3	0	18	27
3	6	0	3	0	18	27
4	6	0	3	0	18	27
5	6	0	3	0	18	27
Tổng cộng	30	0	15	0	90	135

5. Tài liệu

TT	Tên tác giả	Tên tài liệu	Năm xuất bản	Nhà xuất bản	Địa chỉ khai thác tài liệu
1	GS.TS. Nguyễn Văn Đỉnh – Hoàng Thị Lan Hương	Công nghệ phục vụ trong khách sạn – nhà hàng	2007	Đại học Kinh tế quốc dân	Thư viện
2	Hồng Vân – Công Mỹ - Hoàng Giang	Kinh doanh nhà hàng – Đường vào nghề	2007	Trẻ	Thư viện
3	Nguyễn Xuân Ra	Quản lý và nghiệp vụ Nhà hàng – Bar	2006	Phụ nữ	Thư viện
	John R.Walker &	The Restaurant: From	2005	John Willey	Nguyễn Thị Hồng Đào

4	Donald E. Lundberg	Concept to Operation		& Sons, INC.	
5	Sondra J. Dahmer & Kurt W. Kahl	Restaurant Service Basics	2002	John Willey & Sons, INC.	Nguyễn Thị Hồng Đào
6	Valarie A. Zeithaml & Mary J. Bitner	Services Marketing	2003	McGraw-Hill	Nguyễn Thị Hồng Đào

6. Đánh giá kết quả học tập

TT	Các chỉ tiêu đánh giá	Phương pháp đánh giá	Trọng số (%)
1	Tham gia học trên lớp: <i>lên lớp đầy đủ, chuẩn bị bài tốt, tích cực thảo luận...</i>	<i>Quan sát, điểm danh</i>	50
2	Tự nghiên cứu: <i>hoàn thành nhiệm vụ giảng viên giao trong tuần, bài tập nhóm/tháng/học kỳ...</i>	<i>Chăm báo cáo</i>	
3	Hoạt động nhóm	<i>Trình bày báo cáo</i>	
4	Kiểm tra giữa kỳ	<i>Viết</i>	
5	Kiểm tra đánh giá cuối kỳ	<i>Viết</i>	
6	Thi kết thúc học phần	<i>Viết</i>	50

Nhóm GV xây dựng chương trình: Nguyễn Thị Hồng Đào, Lê Chí Công, Nguyễn Thị Huyền Thương

TRƯỞNG KHOA

TRƯỞNG BỘ MÔN

Đỗ Thị Thanh Vinh

Lê Chí Công