ТЕСТИ ДО МОДУЛЮ №2

1. Коли з’явились наступні види підприємств харчування – кав’ярні, кафе, рестораны, кабаки , чайные, герберги (трактирні дома з квартирами), бари? (б)

а) VΙ ст. до нашої эри - XΙΙΙ ст.

б) кінець XVΙ ст. – початок XX ст.

в) початок ХХ ст.-до теперішнього часу

2. Яким чином проводять банкети-коктейлі? (б)

а) за столом з частковим обслуговуванням

б) офіціанти обносять гостей закусками та напоями

в) гостей обслуговують за столом стоячи «на виделку»

3. Скільки учасників банкету-фуршету обслуговує один офіціант? (а)

 а) один офіціант обслуговує 15 гостей

 б) один офіціант обслуговує 20-25 гостей

 в) один офіціант обслуговує 10-15 гостей

4. Яку кількість гостей обслуговують офіціанти на дипломатичному прийомі? (а)

а) офіціанти обслуговують 8-10 гостей

б) до 20 гостей

в) 10-15 гостей

5. Особливості подачі страв Східного концептуального ресторану? (б)

а) подавати страви в зазначеній послідовності

б) страви подають на стіл одночасно

в) страви подають за допомогою приставного столика

6. Що означає сетикет (Netiquette)?(б)

а) використання службового телефону в робочий час для розмов;

б) етикет електронної пошти, або правила написання електронного листа;

в) назва адресної книги.

7. Що означає службовий етикет фахівця ресторану?(б)

а) рівень культури та правил поведінки;

б) сукупність правил поведінки, що обумовлена службовим станом, та характеризує зовнішню його прояву до гостя;

в) повага, доброзичливість, тактовність, уважність.

8. Що означає міжнародний етикет?

а) обов’язкові правила гарного тону та налагодження контактів засвоїти мову тієї країни, що збираєтесь відвідати;

б) складне співіснування національних традицій та звичаїв народів світу;

в) повага та інтерес до національної культури інших народів.

9. Які подарунки прийнято дарувати в діловій сфері людині:

а) сорочку;

б) парфуми;

в) кроватку.

10. Салямі як тактичний прийом ведення переговорів означає:

а) демонстрація партнеру зацікавленості у вирішенні якогось питання, яке насправді є другорядним;

б) відмежування учасників від проблеми;

в) надання інформації про свої інтереси маленькими порціями.