

<<餐饮管理>>

图书基本信息

书名：<<餐饮管理>>

13位ISBN编号：9787040165418

10位ISBN编号：7040165414

出版时间：2005-5

出版范围：高等教育

作者：蔡万坤

页数：300

字数：370000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

当代旅游业已经发展为世界上产业规模最大和发展势头最强劲的产业之一，旅游业发展之快，产业带动力之强，使许多国家和地区都纷纷把旅游业作为经济发展的重点产业和先导产业。

伴随着全球经济的不断发展、人们收入和闲暇时间的增多、交通和通讯技术的不断进步以及冷战结束后政治隔障的消除等因素，全球旅游产业的规模正加速扩大，参加旅游的人数还将继续增加。

据世界旅游组织预测：到2010年，全球旅游者将达到100亿人次，其国际旅游者将达到10亿人次；到2020年，全球旅游者将达到160亿人次，其国际旅游者将达到16亿人次。

大众化旅游时代的到来，使旅游日益成为现代人类社会主要的生活方式和社会经济活动，旅游业也以其强劲的发展势头而成为全球经济产业中最具活力的“朝阳产业”。

在近20年的发展历程中，中国旅游业取得了令人瞩目的成就，由传统的接待事业一跃转变为国民经济新的增长点，并由过去单一的观光型旅游发展成为集观光、度假、商务、会展、研修等多功能为一体的复合型旅游。

中国旅游业的综合实力已被列为世界第五大旅游国。

按照世界旅游组织的预测：到2020年，中国将成为世界第一大旅游接待国和第四大旅游出境国。

专家们预测：21世纪，中国将成为世界主要的旅游中心。

中国旅游业持续高速增长，既依托于旅游教育整体水平的提高，也有力地推动了旅游教育的迅速发展。

截止到2001年，全国高等旅游院校和已开办旅游专业的院校已发展到200多所，形成了培训、职高、大专、本科、硕士、博士层次完备的旅游教育体系，教育服务旅游、旅游促进教育的旅游与教育互促相长的格局已经形成。

<<餐饮管理>>

内容概要

本书是面向21世纪高等学校旅游管理专业系列教材之一，是教育部“高等教育面向21世纪教学内容和课程体系改革计划”的研究成果，同时，也是普通高等教育“十五”国家级规划教材。

2004年，本书又被选为北京市旅游教育专业精品教材。

本书共分十二章，内容包括：餐饮管理基本原理概述、餐饮业的组织机构和人员编制、餐饮管理经营计划、餐饮管理的菜单设计、餐饮市场营销和客源组织、食品原材料采购供应管理、餐饮产品生产管理、餐饮产品销售服务管理、餐饮酒水销售服务管理、宴会经营和食品展销管理、餐饮产品价格管理以及餐饮产品成本核算与成本控制等。

本书体系完整，结构合理。

全书定量分析与定性分析相结合，注重理论联系实际，具有较强的实用性和可操作性。

本书适合作为高等学校旅游类专业教材，也可作为高等职业教育及自学考试专业教材和职业学校旅游专业教师的教学参考书，还可作为餐饮企业中、高级管理人员的业务用书，是餐饮行业职业经理培训的优秀书籍。

本书还特别配套了光盘版教学支持资源（教学课件），具体索取方式详见本书最后一页的教学支持说明。

<<餐饮管理>>

书籍目录

第1章 餐饮管理基本原理概述 第一节 餐饮业的基本特征及其地位和作用 第二节 餐饮管理的特点和任务 第三节 餐饮管理的经营方针 第四节 餐饮管理的工作要领第2章 餐饮业的组织机构和人员编制 第一节 餐饮业组织机构的设置原则 第二节 餐饮业组织机构的一般模式和设置方法 第三节 餐饮业的人员编制及其案例第3章 餐饮管理经营计划 第一节 餐饮管理经营计划的内容和任务 第二节 编制餐饮经营计划的依据和指标 第三节 餐饮管理计划指标的预测方法 第四节 餐饮管理计划的编制方法第4章 餐饮管理的菜单设计 第一节 菜单的种类及其设计原则 第二节 菜单设计的依据和标准 第三节 菜单设计的步骤和使用更新第5章 餐饮市场营销和客源组织 第一节 餐饮市场供求关系 第二节 餐饮市场营销 第三节 餐饮市场的客源组织第6章 食品原材料采购供应管理 第一节 食品原材料采购管理 第二节 食品原材料库房管理 第三节 食品原材料采购供应管理控制第7章 餐饮产品生产管理 第一节 餐饮产品生产的组织形式和设备配置 第二节 餐饮产品生产管理特点和生产任务确定方法 第三节 食品原材料需要量的确定方法和餐饮产品生产标准化管理方法 第四节 餐饮产品加工和烹调制管理第8章 餐饮产品销售服务管理 第一节 餐饮产品销售服务管理的特点和餐厅配备 第二节 餐饮产品销售服务质量管理的基本要求 第三节 餐厅销售服务过程管理 第四节 餐饮产品销售分析第9章 餐饮酒水销售服务管理 第一节 酒水销售服务管理的特点和基本要求 第二节 酒水销售服务管理的专业知识 第三节 酒水销售服务过程管理第10章 宴会经营和食品展销管理 第一节 宴会类别及其经营特点 第二节 宴会预订业务管理 第三节 宴会服务过程管理 第四节 食品展销活动管理第11章 餐饮产品价格管理 第一节 餐饮产品价格特点及管理原则 第二节 餐饮产品的定价程序和原料成本核定 第三节 餐饮产品基价的制定方法 第四节 餐饮产品的价格策略和价格调整第12章 餐饮产品的成本核算与成本控制 第一节 餐饮产品的成本构成和成本分类 第二节 餐饮产品成本核算的基础工作和方法 第三节 餐饮产品成本核算 第四节 餐饮管理的成本控制参考文献

章节摘录

餐饮业的营销活动是一个完整的供、产、销过程，食品原材料的采购、厨房的生产加工和餐厅的销售服务融为一体。

为此，餐饮管理必须研究营销活动的全过程，必须研究营销活动中的价值运动，分析其价值消耗和价值补偿，以适应市场变化，满足客人需求，获得优良经济效益。

二、餐饮业的基本特征餐饮业具有四个基本特征：（一）对旅游业和国民收入的依赖性餐饮业是旅游业中行、游、住、食、购、娱六大要素的重要组成部分，其发展规模和速度在一定程度上是建立在旅游业基础上的。

一个国家、一个地区、一个城市的旅游业越发达，各种类型的客源越多，对餐饮产品的需求量越大。

餐饮业同时面向国际国内两个市场。

主要为国际旅游者服务的高中档餐饮企业具有一定超前性，必须提供优良的设备、良好的就餐环境、优质产品和优良服务。

主要为国内客人和当地居民服务的餐饮企业，其发展规模和速度在很大程度上是建立在国民收入水平基础上的。

国民收入水平越高，人们的社会交往活动越频繁，当地居民和社会各界人士对餐饮产品的需求量越大。

因此，餐饮业的发展必须根据旅游业和国民收入的发展规模、水平和速度做好规划，搞好网点布局。

餐饮业的发展既要坚持多类型、多层次、多方位、多结构的方针，以适应旅游业和社会各界人士的需要，又要保持和旅游业同步发展，并提供高质量、高水平的服务。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>