

<<餐饮管理>>

图书基本信息

书名：<<餐饮管理>>

13位ISBN编号：9787040242829

10位ISBN编号：7040242826

出版时间：2008-6

出版时间：蔡万坤 高等教育出版社 (2008-06出版)

作者：蔡万坤

页数：308

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

《餐饮管理》从1998年面世到今年的第三版出版，已经整整10年了。

本书出版的大致经历是：1998年，作为全国高等院校旅游专业统编教材由高等教育出版社首次出版，并受到全国包括港、澳、台地区高等院校旅游专业师生和饭店宾馆、涉外餐馆管理人员的广泛欢迎。每年发行量1万册左右。

2002年，本书作为“面向21世纪旅游管理专业教学内容和课程体系改革计划”的研究成果，通过立项评审，第一批被定为“十五”国家级规划教材，是为第一版。

2005年，本书在2004年被推荐立项评审，定为“北京市高等教育专业精品教材”的基础上，经过修订，作为“十五”国家级规划教材和北京市精品教材再次出版，是为第二版。

为适应旅游教育形势发展的需要，2008年，本书在坚持原书系统性、创新性、实用性三大特色的基础上，再次进行修订。

同时经过立项评审、被选定为“十一五”国家级规划教材再次出版，是为第三版。

本次修订，对第一版中个别不准确的地方进行了修改，调整了部分章节的内容，在坚持第二版的创新性、科学性、实用性等特点的基础上，进行了以下三方面的重点调整：一是对全书若干章节进行了结构性调整，将原书餐饮管理的菜单设计和餐饮产品价格管理两章合为一章。

原书餐饮产品销售服务管理和餐饮酒水吧销售服务管理两章合为一章。

同时调整了相关内容。

二是在原书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、宴会经营和食品展销活动管理、餐饮产品的成本核算与成本控制等章节，增加或调整了相关内容，增强了科学性、创新性和实用性。

三是在每章的前面，增加了本章对学生的知识和技能要求，明确了各章的教学重点，突出了操作技能

。同时对每章后面的复习思考题做了相应调整，从而进一步突出了教材的实用性。

另外，在立体化教材的研发方面，高等教育出版社给予我很大的支持。

我还要特别感谢靳星老师，是他负责的工作保证了本课件的顺利制作和出版。

## <<餐饮管理>>

### 内容概要

《餐饮管理》是面向21世纪课程教材，又是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

《餐饮管理》共分十章，内容包括：餐饮管理基本原理概述、餐饮管理的机构设置和人员组织、餐饮经营计划管理、餐饮菜单设计与价格管理、餐饮市场营销和客源组织、食品原材料采购供应管理、厨房餐饮产品生产管理、餐厅酒吧销售服务管理、宴会经营及其美食展销活动管理以及餐饮管理的成本核算与成本控制等。

《餐饮管理》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。

《餐饮管理》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，以及餐饮行业职业经理培训用书。

## &lt;&lt;餐饮管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 餐饮管理基本原理概述 第一节 餐饮业的性质及其基本特征 第二节 餐饮管理的特点任务和要求 第三节 餐饮管理的经营思想和经营方针 第四节 餐饮管理的开办条件和工作要领 第二章 餐饮管理的机构设置和人员组织 第一节 餐饮管理的机构设置 第二节 餐饮管理的人员编制方法与案例 第三节 餐饮管理的人员组织 第三章 餐饮经营计划管理 第一节 餐饮计划管理概述 第二节 餐饮管理计划指标预测方法 第三节 餐饮计划方案的编制方法及贯彻实施 第四章 餐饮菜单设计与价格管理 第一节 菜单市场营销作用及设计原则和标准 第二节 菜单设计的依据方法与使用更新 第三节 餐饮产品的价格构成及其管理原则和策略 第四节 餐饮产品的价格制定方法 第五节 餐饮产品价格调整方法 第五章 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 餐饮管理的市场定位 第三节 餐饮管理的市场营销 第四节 餐饮管理的客源组织 第六章 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 食品原材料采供管理控制 第七章 厨房餐饮产品生产管理 第一节 厨房生产管理的组织形式、特点及基本要求 第二节 厨房生产任务及其标准化管理方法 第三节 厨房原料加工管理方法 第四节 厨房产品生产管理方法 第八章 餐厅酒吧销售服务管理 第一节 餐厅酒吧销售服务管理的特点和任务 第二节 餐厅销售服务过程的组织 第三节 酒吧销售服务管理的内容和方法 第四节 餐厅酒吧产品销售分析 第九章 宴会经营及其美食展销活动管理 第一节 宴会类别及其经营特点 第二节 宴会推销和预订管理方法 第三节 宴会服务产品设计方法 第四节 宴会服务过程的组织 第五节 餐饮美食展销活动管理 第十章 餐饮管理的成本核算与成本控制 第一节 餐饮管理成本核算概述 第二节 餐饮管理成本核算方法与案例 第三节 餐饮管理成本控制 参考文献

## 章节摘录

版权页：插图：第一节 餐饮业的性质及其基本特征 一、餐饮业的性质（一）餐饮业的性质 餐饮业是利用设备、场所和一定消费环境为外出就餐的客人提供餐饮产品和用餐服务的生产经营性服务行业。

餐饮业是一个历史悠久的行业。

从古至今，其为客人提供外出就餐服务的社会机能并没有改变。

但是，随着社会生产力的高度发展，人类生活水平不断提高，人类在政治、经济、商贸、旅游、科技、文化等方面的交流日益频繁，家务劳动社会化程度日益提高，使现代餐饮业正朝着设备舒适、环境优美、产品风味突出、服务质量优良的方向发展。

餐饮业的范围十分广泛。

海内外各行各业的人们都能成为餐饮经营者的接待对象。

与此相适应，餐饮业的经营类型十分复杂。

饭店、餐馆、酒家、饭庄、快餐店以及各种类型的宾馆等，都从事餐饮经营。

但不管其经营类型多复杂，餐饮管理都必须以目标市场为对象，以产品质量和服务质量为中心，以生产经营活动为主体，以提高经济效益为目的，使企业的等级规格、用餐环境与接待对象相适应。

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）餐饮业的性质 1.经济属性 经济属性是指酒楼饭庄、饭店餐饮、餐馆集团等单位或部门的餐饮经营所固有的以追求经济效益为主要目的性质。

经济属性是餐饮企业经营的本质属性。

它要求餐饮企业管理必须遵循市场经济法则，在市场竞争中求生存、求发展；必须自主经营、独立核算、自负盈亏、自我发展、自担风险；必须具有企业法人的法律地位，独立承担民事法律责任。

2.社会属性 社会属性是指酒楼饭庄、饭店餐饮、餐馆集团等企业或部门的餐饮经营都是为社会公众提供外出就餐服务的。

它们都是公共消费场所。

这种性质要求餐饮管理必须以客源为中心。

要将客人当做餐饮业的衣食父母和希望所在，当做其经济效益的唯一来源。

因此，餐饮管理必须坚持“宾客至上，服务第一，质量优先”的经营宗旨。

餐饮管理只有始终以优良的消费环境、优质产品、优良服务与合理价格来不断满足客人的物质、精神和心理需求，才能始终立于不败之地，获得优良经济效益。



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>