

<<饭店管理概论>>

图书基本信息

书名：<<饭店管理概论>>

13位ISBN编号：9787040265163

10位ISBN编号：7040265168

出版时间：2009-6

出版时间：高等教育出版社

作者：蔡万坤 编

页数：300

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>

<<饭店管理概论>>

前言

《饭店管理概论》是为高职高专教育旅游类专业编写的一本专业主干课程教材，是根据教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》及《高职高专教育专业人才培养目标及规格》的精神实质，结合旅游类专业的教学特点编写的。

与其他同类或同名的高职高专教材比较，本书有以下三个方面的显著特点：第一，教材体系的创新性和针对性。

近年来，高职高专旅游类专业教材已出版了很多，取得了可喜的成果。

但教材体系大多套用本科或职业高中的模式，高职高专教育的特色体现不明显。

本书紧紧围绕高职高专旅游类专业，以培养主管、职员和部门经理等应用性专业技术人才为主的人才培养目标，并根据专业主干课程和专业课程的内在关系来安排本书的内容体系。

全书在介绍饭店管理基本原理、特点、任务、发展趋势的基础上，以机构设置和岗位职责为指导，以年度预算和计划任务为目标，分别介绍了饭店营销活动的策划与组织，整体业务的组织、指挥、督导、沟通、协调和关键点控制等管理职能的运用，以及公共关系与企业文化建设的方法和技术，最后落实到工作绩效与经营效果考核，与计划目标相呼应。

这种创新性和针对性兼备的内容体系不仅强化了高职高专人才培养目标和规格的知识结构的合理性，避免了主干课程与专业课程的内容重复，而且形成了自己的科学体系和特色，避免形成“本科压缩”型教材或“中职拔高”型教材。

第二，理论知识的简明性和适度性。

高职高专教材必须有一定的基础理论做指导，更需要大量实用的专业技术及其操作方法，两者之间的内容选择和量、度掌握往往是教材编写的困难所在。

本书在合理安排内容结构的基础上，对各章节所要介绍的重点内容首先进行了选择和梳理，形成了条理和逻辑清楚、概念和观点准确、语言文字简明扼要、便于掌握记忆的内容体系。

其次，注重了具体内容的量、度掌握，全书各章节均采用知识、方法和案例相结合的编写模式，理论阐述的深度与广度适当，知识介绍清楚准确，方法与案例具体实用，可操作性强。

较好地体现了高职高专教材理论知识的简明性和适度性。

<<饭店管理概论>>

内容概要

饭店业基础知识, 饭店管理基本原理, 饭店组织结构和主要岗位职责, 饭店年度预算和损益分析, 饭店营销活动策划与组织, 饭店业务管理基本方法, 饭店管理的关键点控制, 饭店公共关系和企业文化, 饭店管理的工作绩效考核。

《饭店管理概论》充分考虑高职高专教育教学的特点, 内容上力求实用、新颖, 具有针对性; 编写体例上体现了教学的创新性, 每章前设“学习导引”、“内容框架”、“学习目标”、“关键概念”, 章后设“本章小结”、“案例讨论”、“复习思考”, 正文中穿插知识性和趣味性兼备的“相关链接”和“拓展阅读”, 体现整体设计的特色; 形式上强调图文并茂, 生动有趣。

《饭店管理概论》可作为高等职业院校、高等专科学校、应用型本科院校、成人高等教育的酒店管理、旅游管理专业教学用书, 也可供中等职业教育、五年制高职教育相关专业使用, 或可作为社会从业人员的业务参考书及培训教材。

<<饭店管理概论>>

书籍目录

第一章 饭店业基础知识第一节 饭店业的性质和功能第二节 饭店分类和等级划分第三节 饭店产品第二章 饭店管理基本原理第一节 饭店管理的产生和发展第二节 饭店管理的特点、任务和原则第三节 现代饭店管理的新发展第三章 饭店组织结构和主要岗位职责第一节 饭店管理的组织结构和职责任务第二节 饭店主要工作岗位及其职责规范第三节 饭店员工履行岗位职责的基本要求第四章 饭店年度预算和损益分析第一节 饭店年度预算基本知识第二节 饭店年度预算主要指标及其确定方法第三节 饭店年度预算指标的贯彻实施第四节 饭店损益分析的基本知识与方法第五章 饭店营销活动的策划与组织第一节 饭店主题营销活动的策划与组织第二节 饭店品牌营销活动的策划与组织第三节 饭店网络营销的策划与组织第四节 饭店美食节的营销策划与组织第五节 饭店市场推销活动的组织第六章 饭店业务管理基本方法第一节 饭店业务管理的组织方法第二节 饭店业务管理的指挥形式和方法第三节 饭店业务管理的督导方法第四节 饭店业务管理的沟通与协调第七章 饭店管理的关键点控制第一节 饭店服务质量管理控制第二节 饭店设备维修管理控制第三节 饭店物资用品管理控制第四节 饭店安全管理控制第五节 饭店管理的成本费用控制第八章 饭店公共关系和企业文化第一节 饭店公共关系第二节 饭店企业文化建设第三节 饭店员工在企业公关和文化建设中的行为第九章 饭店管理的工作绩效考核第一节 饭店管理人员的工作绩效考核第二节 饭店技术人员的工作绩效考核第三节 饭店服务人员的工作绩效考核第四节 饭店管理的经营效果考核主要参考书目

<<饭店管理概论>>

章节摘录

(三) 文化属性 文化属性是指饭店不仅是一种企业单位和经济组织, 还是一种具有强烈文化气息的消费场所。

这种文化气息主要表现在四个方面: 一是由饭店设计和设施设备所形成的建筑文化。

饭店宾馆建筑设计、环境布局、建筑设施、造型等都是建筑文化的结晶。

二是由饭店环境美化所形成的装饰文化。

饭店是一种高级消费场所, 一家饭店的前期建筑及其装修美化和环境布置的费用通常要占到总投资金额的45%~50%左右, 才能把其前厅、客房、餐厅、酒吧、门厅、过道等各处都装饰布置得美观、大方、舒适、典雅, 具有较强的文化气息。

三是饭店服务文化。

饭店员工的着装、仪表、语言动作、礼节礼貌等的要求都比较高, 都是一定民族文化的体现。

四是企业理念、精神、宗旨、员工的精神面貌和价值观所形成的企业文化。

企业文化是饭店文化特色的重要组成部分, 这种性质一方面要求饭店企业必须创造良好的文化环境和文化气息; 另一方面又要求饭店员工要有良好的文化修养, 要十分重视自己的着装、仪容仪表、语言动作, 要养成良好的气质和风度, 才能为客人提供优质服务。

(四) 超前属性 超前属性是指我国星级饭店的设施设备、消费环境和服务质量都超越了一般的服务型企业。

我国星级饭店是最早同国际接轨的服务行业。

由于饭店星级标准的制订起点较高, 饭店业发展的开始就将设施设备、消费环境和服务质量不完全适应海外客人需求的旅店、招待所等排除在了星级饭店之外。

因此, 饭店业的这种属性要求饭店企业的设施设备、消费环境和服务质量必须始终和自身的星级标准保持协调一致, 每过一定时期都要对饭店的设施设备和消费环境进行装修改造, 不断加强员工的职业和素质培训, 才能适应旅游市场和饭店客人消费不断发展变化的要求, 跟上时代发展的步伐。

<<饭店管理概论>>

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>