

<<营养配膳基础>>

图书基本信息

书名：<<营养配膳基础>>

13位ISBN编号：9787111334606

10位ISBN编号：7111334604

出版时间：2011-4

出版时间：机械工业

作者：张首玉

页数：278

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>

<<营养配膳基础>>

内容概要

本教材紧贴公共营养师、营养配餐员国家职业标准，突出职业培训特色，以理论知识为主体，以应用型职业岗位需求为中心，以素质教育、创新教育为基础，以学生能力培养为本位，力求反映饮食领域科技发展的最新动态，将新知识、新技术、新工艺、新案例及时反映到教材中。

全书内容丰富、条理清楚，科学性、知识性、实用性较强。

本书可作为高等职业教育烹饪工艺与营养、食品加工技术、食品营养检测、酒店管理等相关专业的教学用书，也可以作为公共营养师、营养配餐员职业技能鉴定的辅导用书，还可作为酒店在职营养配餐师、厨师和服务员提高技能和营养知识的参考书。

为方便教学，本书配备了电子课件等教学资源。

凡选用本书作为教材的教师均可登录机械工业出版社教材服务网 www.cmpedu.com 免费下载。

如有问题请致信 cmpgaozhi@sina.com，或致电010.88379375联系营销人员。

<<营养配膳基础>>

书籍目录

- 序
- 前言
- 第一章 营养配膳职业认知
 - 第一节 营养配膳职业简介
 - 第二节 营养配膳考核内容、考核方式和考核要求
 - 思考题
- 第二章 食品营养价值
 - 第一节 各类食物的营养特点
 - 第二节 食品营养价值评价
 - 思考题
- 第三章 营养配餐的准备
 - 第一节 市场调查
 - 第二节 成本核算
 - 第三节 卫生督导
 - 第四节 烹饪原料感官质量检验和保管
 - 第五节 烹饪方法的选择
 - 思考题
- 第四章 膳食调查和评价
 - 第一节 膳食调查的基本知识
 - 第二节 食物摄入量调查
 - 第三节 膳食摄入量的调查方法
 - 第四节 膳食调查结果的计算与分析
 - 思考题
- 第五章 人群营养状况评价
 - 第一节 人体体格测量
 - 第二节 实验室指标收集和判断
 - 第三节 营养不良的症状和体征判别
 - 思考题
- 第六章 营养食谱的制订
 - 第一节 营养需要和食物种类确定
 - 第二节 按照营养成分计算法编制食谱
 - 第三节 按照食物交换份法编制食谱
 - 第四节 食谱调整 and 评价
 - 思考题
- 第七章 营养与食品安全知识咨询
 - 第一节 食品选购指导
 - 第二节 烹饪营养指导
 - 第三节 平衡膳食测评
 - 第四节 膳食纤维测评
 - 第五节 健康生活方式测评
 - 第六节 体力活动水平测评
 - 第七节 家庭食物中毒及其预防
 - 思考题
- 第八章 营养教育
 - 第一节 体重控制的营养教育

<<营养配膳基础>>

第二节 食品卫生安全教育

第三节 平衡膳食的营养教育

第四节 普通人群运动方案设计和指导

思考题

附录 公共营养师、营养配餐员的工作要求

参考文献

<<营养配膳基础>>

章节摘录

版权页：插图：（二）菜单定价的目标1.保本导向定价目标在市场不景气或竞争异常激烈的情况下，许多餐饮企业为了生存，在定价时只求保本，等待市场需求回升或企业有了一定知名度后再提高价格。

另外，也有一些企业集团或公司为方便接待来往的客户而开办一家餐饮企业，此类餐饮企业也通常以保本为定价目标。

2.利润导向定价目标（1）目标收益率根据目标收益率来确定企业的定价目标，是最常见的利润导向定价目标。

这种目标可以获取占营业额一定百分比的利润率，也可以获得一定的投资收益率，还可以获得一定数额的利润。

（2）追求最高利润大多数餐饮企业均采用追求最高利润的定价目标。

值得注意的是，追求最高利润，并不等于追求餐饮产品的最高价格，而是追求企业的长期最高总利润。

（3）获得满意的利润有些餐饮企业以获得令业主（投资者）满意的利润为定价目标。

此类企业规定在将来的某一时期内（一般为一年）实现的利润数额或利润增长率，以确保企业的长期生存与发展。

3.营业额导向定价目标（1）增加营业收入大多数餐饮企业都相信营业额的增长即意味着利润的增加，但若通货膨胀严重、能源紧张或餐饮原材料缺乏，会导致生产和销售成本、费用的增加，即使营业额增加，也未必会增加利润额。

因此，虽然仍有企业以增加营业额为定价目标，但这些企业也同时将企业的利润作为定价目标。

（2）维持原有的市场在餐饮业的竞争日趋激烈的今天，许多餐饮企业都采取各种方法，以保持企业原有的客源市场，并据此作为定价目标。

这些餐饮企业有固定的客户，为他们提供适合的餐饮产品，以使自己保持与本企业规模和声誉相适应的营业额水平。

（3）开辟新的客源市场作为有远见卓识的餐饮企业，往往采取各种方法来开辟新的客源市场。

在原有市场已经饱和的情况下，针对本企业的具体情况，选择新的目标市场，并以他们的消费水平来确定定价策略，很容易获得成功。

4.竞争导向定价目标竞争导向定价目标是指餐饮企业为应付或避免竞争而采用的一种定价目标，其主要有以下两种情况。

（1）应付或避免竞争有相当多的餐饮企业制订产品价格的主要依据是对市场有决定影响的竞争者的价格。

在一般情况下，消费者对价格较为敏感，因此，这些企业的餐饮产品价格各不一定与竞争对手的价格完全相同，但会根据自己的具体情况而制订比竞争对手略低或稍高一些的价格。

（2）非价格竞争有些知名度较高的餐饮企业通常会以非价格竞争作为定价目标。

这些企业非常强调企业的兴旺取决于菜点和 service 的质量以及企业的品牌，而不与竞争对手进行价格竞争。

采用这种定价目标的企业实际上是餐饮行业的佼佼者，其产品已经得到消费者的认可，也已经培育了一批忠诚的消费者。

<<营养配膳基础>>

编辑推荐

《营养配膳基础》：河南职业技术学院·国家示范性高职院校建设项目成果

<<营养配膳基础>>

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>