第一图书网, tushu007.com

<<餐饮服务与管理新编>>

图书基本信息

书名：<<餐饮服务与管理新编>>

13位ISBN编号：9787563724802

10位ISBN编号：756372480X

出版时间：2012-9

出版时间：江小蓉 旅游教育出版社 (2012-09出版)

作者：江小蓉

页数：280

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

第一图书网, tushu007.com

<<餐饮服务与管理新编>>

内容概要

在查阅和参考众多资料的基础上，《餐饮服务与管理新编》在内容上引入一些新的理论知识和方法，力求开拓学生视野，提高学生的综合服务能力，突出专业特色；在教材的结构上，按照餐饮业务活动开展的过程及当前餐厅中最为普遍及实用的操作技能为基础，将《餐饮服务与管理新编》分为四大部分共十一章，第一部分概述篇（包括第一章餐饮概述）；第二部分餐饮服务基础篇（包括第二章餐饮服务基本技能及服务礼仪，第三章餐饮服务基本程序及方法，第四章餐饮服务用具的使用、卫生及保养方法，第五章酒吧服务）；第三部分餐饮服务管理篇（包括第六章厨务及餐饮生产管理，第七章餐饮销售管理，第八章餐饮服务质量管理，第九章电脑化信息管理与餐饮管理，第十章餐饮企业的连锁经营）；第四部分餐饮文化篇（包括第十一章饮食文化），教材后还附有餐厅常用服务语中英文对照、餐厅常用物品及菜品名英文译法两个附录。

此外，为加强本教材的可操作性，我们在每章知识介绍的后面设计了教学实践、经典案例、资料链接等环节，力求通俗易懂，以帮助学生更好地理解与掌握所学知识。

《餐饮服务与管理新编》不仅可作为高职高专酒店管理专业教材，也可作为酒店管理人员的培训教材。

第一图书网, tushu007.com

<<餐饮服务与管理新编>>

书籍目录

第一部分 慨述篇第一章 餐饮概述第一节 人类饮食文明的历史与发展概况第二节 餐饮业及餐厅概述第三节 餐饮服务与餐饮服务精神第二部分 餐饮服务基础篇第二章 餐饮服务基本技能能及服务礼仪第一节 餐饮服务基本技能第二节 餐饮服务基本礼仪第三章 餐饮服务基本程序及方法第一节 中餐服务基本程序及方法第二节 西餐服务基本程序及方法第三节 团体包餐服务第四节 送餐服务第四章 餐饮服务用具的使用、卫生及保养方法第一节 餐饮服务用具分类第二节 餐饮服务用具的使用规范第五章 酒吧服务第一节 酒吧简介第二节 酒水基本知识第三部分 餐饮服务管理篇第六章 厨务及餐饮生产管理第一节 厨务及餐饮生产的特点、任务第二节 厨房组织与人员配备第三节 餐饮原材料的采购与保管第四节 餐饮生产特点及任务第七章 餐饮销售管理第一节 餐饮销售概述第二节 餐饮产品及其策略第三节 餐饮促销策略第四节 餐饮营业场所的销售决策第八章 餐饮服务质量管理第一节 餐饮服务质量管理概述第二节 餐饮服务质量与顾客满意度第三节 餐饮服务质量的分析第四节 餐饮服务质量控制第五节 餐饮服务质量的监督检查第九章 电脑化信息管理与餐饮管理第一节 电脑化管理信息系统与餐饮管理第二节 电脑化信息管理系统在餐饮企业的具体应用第十章 餐饮企业的连锁经营第一节 餐饮企业连锁经营概述第二节 餐饮企业连锁经营影响因素第三节 餐饮连锁企业的经营与管理第四节 世界著名餐饮连锁企业的经营管理之道第四部分 餐饮文化篇第十一章 饮食文化第一节 中外菜肴知识简介第二节 面点知识简介第三节 中外老字号第四节 菜单艺术第五节 中外饮食礼仪附录一餐厅常用服务语中英文对照附录二餐厅常用物品及菜品名英文译法

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

（三）餐饮产品定价的具体策略　　餐饮产品定价策略的选择不仅与企业产品价值、产品种类、产品质量相关，更与顾客心理、顾客承受能力和市场变化有着密切联系。

1.以成本为中心的价格策略　　以成本为中心的价格策略，就是餐饮企业在决定菜单定价时，以产品成本为基础，再加上一定百分比的利润。

以成本为中心的价格策略是大多数企业采用的一种定价方法，因为成本是所有企业要考虑的第一因素。

但这种方法只考虑了企业的目标利润，而没有考虑到需求的变化、客人的偏好等诸多要素。

在定价时只考虑成本这一单方面的因素，不能作为餐饮企业定价的决定性方法。

所以它只是一种基本的定价策略，也是餐厅产品销售的最低价格。

以成本为中心的定价法具体有两类：一是成本加成法，即各餐饮企业或部门依据不同情况分别设定不同的百分比，即按成本再加上一定的百分比定价。

二是目标收益率法，即事先确定一个目标收益率作为核定价格的标准，然后根据目标收益率计算出目标利润率，最后计算出目标利润额度。

餐厅在达到预计的销售量时即能实现预定的利润目标。

这两种方法具有简单易行的特点，但实际使用起来并不能真实地反映出企业的价格策略。

2.以需求为中心的价格策略　　以需求为中心的价格策略，是指根据客人对产品的认识、感受和需求来决定价格的策略。

相对于以成本为中心的定价法来说，以需求为中心定价的策略，主要根据产品本身的价值确定价格。

如果一个餐厅具备高水平的管理层、有能积极应变的督导层、有提供优质产品的服务层，餐厅的装潢考究、布局巧妙，是商务客人和高消费群体主要的活动场所，那么在定价时就要对应于高端的客户群体，采用高价策略，以期获得丰厚的回报。

而对于一般的大众化餐厅来说，其客户群主要为上班族，因而餐厅的定价策略就要采用低价策略，扩大市场需求，以薄利多销的方式来赢得市场份额。

……

第一图书网, tushu007.com

编辑推荐

进入21世纪，随着旅游经济的飞速发展，我国的餐饮业取得了显著的进步。
《餐饮服务与管理新编》根据当前饭店餐饮业发展现状，按照高等职业教育培养高素质技能型人才的要求以及餐饮企业基层服务人员、管理层人员的培训管理要求，坚持以“学生为主体，注重知识与实践相结合”的指导思想。
本书由江小蓉老师担任主编。

第一图书网, tushu007.com

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