

<<饮食美学及其餐饮产品创新>>

图书基本信息

书名：<<饮食美学及其餐饮产品创新>>

13位ISBN编号：9787030191861

10位ISBN编号：7030191862

出版时间：2007-7

出版时间：科学

作者：杨铭铎

页数：164

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>

<<饮食美学及其餐饮产品创新>>

内容概要

我国餐饮业持续快速发展，进入了体验经济时代的饮食消费者需求不断升级以及加快推进传统服务业升级改造的新阶段。

本书立足这一时代大背景，以马克思主义哲学、美学、创新理论以及管理学等基本理论为基础，首先从饮食美学内涵和餐饮产品创新内涵的界定入手，研究饮食美的本质论，阐述饮食美的概念内涵，完善了饮食美的形态论，对饮食美感进行综合研究；以饮食审美活动中代表饮食主、客体交互作用产生的饮食美感为依据，提出饮食美学基本范畴；深入分析饮食活动实际过程的饮食美产生与发展的动态机制。

此后，基于饮食美学理论，突出餐饮企业综合产出——产品，着眼餐饮企业产品创新的系统过程。从主体系统、客体系统、支持系统和评价系统进行了全方位的美学渗透，明确了餐饮产品创新的理论根本和发展方向。

本书可作为旅游高等院校、旅游与餐饮研究机构、高等职业教育等相关专业的教学用书和职业技能培训教材，也可作为餐饮管理、旅游管理、餐饮产品研发等相关人员参考所用，还可为饮食及美学爱好者参考。

<<饮食美学及其餐饮产品创新>>

作者简介

杨铭铎，男，汉族，1956年3月出生，博士（后）、教授、留日学者，黑龙江省青年突击手，黑龙江省优秀博士后，国家政府特殊津贴专家。

历任黑龙江商学院旅游烹饪系副主任、主任、学院副院长，哈尔滨商业大学副书记、副校长，现任黑龙江省科学技术协会副主席，哈尔滨商业大学中式快餐研究发展中心博士后科研基地主任，黑龙江省旅游学科带头人。

哈尔滨商业大学旅游管理、食品科学硕、博士生导师。

从事以“食”为核心的研究工作，涉及制冷工程、食品科学与工程、烹饪科学与技术、中式快餐、饮食美学、餐饮与旅游管理等领域，现已在国内外学术刊物上发表学术论文245篇，主编（审）教材、著作54册（套），完成中国博士后基金项目“饮食美学及其在餐饮企业产品创新中的应用研究”、国家人事部基金项目“中式快餐产业化示范工程”等国家、省部级科研项目39项，在研国家社会科学基金项目“现代餐饮企业创新系统的体系构建”、国家人事部基金项目“21世纪中国餐饮人才国际化战略研究”和黑龙江省哲学社会科学规划项目“饮食美学研究”等国家、省部级科研项目十项。

多次获得国家、省部级奖励。

兼任黑龙江省政协七、八届委员，九届常委，教育组副组长，省政协特邀信息顾问，国际饮食文化研究会委员，中国烹饪协会常务理事、专家工作委员会副主任、快餐专业委员会顾问，餐饮业国家级一级评委，中国职业教育学会教学指导委员会常务理事、旅游烹饪专业研究会主任，黑龙江省欧美同学会副会长、博士学术研究会副会长、商务策划咨询协会会长，黑龙江省餐饮烹饪协会、饭店协会、职业技术培训学会副会长，黑龙江省食文化研究会名誉副理事长，广东顺德市政府、云南省烹饪协会特邀顾问，黑龙江省旅游集团股份有限公司、黑龙江省北大荒丰缘麦业有限公司独立董事，中国人民解放军军需大学、郑州工程学院、河北科技师范学院、哈尔滨学院、四川烹饪高等专科学校客座教授，《食品科学》、《中国食品》编委，《商场现代化》高级顾问等多项学术兼职。

<<饮食美学及其餐饮产品创新>>

书籍目录

前言第1章 绪论 1.1 理论基础 1.2 时代呼唤 1.3 国内外研究现状评述第2章 饮食美学及餐饮产品创新的基本内涵界定 2.1 饮食美学的概念界定 2.2 餐饮企业产品创新的内涵界定第3章 饮食审美文化的发生与种类 3.1 审美意识起源与饮食 3.2 世界三大饮食审美文化体系的形成第4章 中国饮食美学思想的沿革 4.1 原始饮食文化 4.2 先秦饮食美学思想 4.3 两汉饮食美学思想 4.4 隋唐饮食美学思想 4.5 两宋饮食美学思想 4.6 明代饮食美学思想 4.7 清代饮食美学思想 4.8 近现代饮食美学思想第5章 饮食美的本质论 5.1 饮食美的本质 5.2 饮食美的概念 5.3 饮食美的特征第6章 饮食美的形态论 6.1 质美 6.2 味美 6.3 触美 6.4 嗅美 6.5 色美 6.6 形美 6.7 器美 6.8 境美 6.9 序美 6.10 趣美第7章 饮食美感 7.1 饮食美感的概念 7.2 饮食美感的心理过程 7.3 饮食美感的特征第8章 中国传统文化与饮食美感 8.1 儒家与饮食 8.2 道家与饮食 8.3 佛家与饮食第9章 饮食美的范畴论 9.1 俚俗与典雅 9.2 天然与矫饰 9.3 简朴与豪华 9.4 民族性与地域性 9.5 古典性与时代性 9.6 国际化与本土化第10章 饮食美的创造论 10.1 劳动主体美 10.2 劳动工具美 10.3 劳动环境美第11章 基于饮食美学的餐饮产品创新系统的构成 11.1 餐饮产品创新系统的构成 11.2 餐饮产品创新主体系统 11.3 餐饮产品创新客体系统第12章 基于饮食美学的餐饮产品创新的支持系统 12.1 文化环境支持系统 12.2 技术环境支持系统 12.3 市场环境支持系统 12.4 政策法律环境支持系统 12.5 人才培养支持系统第13章 基于饮食美学的餐饮产品创新的评价系统 13.1 评价的目标和标准 13.2 评价方法 13.3 评价指标体系的建立 13.4 基于层次分析法和模糊综合评价的评价模型 13.5 实证分析第14章 基于饮食美学的完善餐饮产品创新系统的对策建议 14.1 建立合理的激励制度, 物质激励与精神激励相结合 14.2 以餐饮产品创新为核心, 管理和制创新为保障 14.3 加速发展合作创新, 形成产、学、研合作的餐饮产品创新支持系统 14.4 建立适于产品创新的学习型组织参考文献后记

<<饮食美学及其餐饮产品创新>>

编辑推荐

《饮食美学及其餐饮产品创新》由科学出版社有限责任公司出版。

<<饮食美学及其餐饮产品创新>>

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>