

<<餐饮经营管理>>

图书基本信息

书名：<<餐饮经营管理>>

13位ISBN编号：9787310014552

10位ISBN编号：7310014553

出版时间：2004-3

出版时间：南开大学

作者：吴克祥

页数：375

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

本书于2000年出版以来，我从未敢预料到它可以获得这样的成绩，得到了兄弟院校餐饮管理教师和学生的喜爱和推崇，实业界的朋友也都认为本书的理论和观点为他们的成功经营提供了很好的启迪，大家在使用本书的过程中又向我提出了很多好的修改建议，加上自己在这领域的研究又有了更深的见解和认识，一些新的想法也希望可以补充进来，所以就萌生了修改的愿望，适时我的老朋友、也是第一版的编审，南开大学出版社孙淑兰女士向我发出重新修订的邀请，既高兴又有一点忐忑，担心能力所限愧对一直支持我的读者和朋友。

更幸运的是，自己恰巧得到去英国学习和进修的机会，在广泛涉猎国外餐饮管理的书籍、尤其是该领域的最新的先进成果之后，心里对于本书的修订已经有了蓝图，在收集到的大量资料中，特别是Bernard Davis和Andrew Lockwood编写的《Food and Beverage Management》一书的体例对本书的修订影响甚大。

回国后，一边继续从事餐饮管理的教学，一边对自己的思想进行完善，在大量勤奋工作的基础上对本书进行了修改和补充。

## <<餐饮经营管理>>

### 内容概要

本书的编写首先突出其超前性，目的是使读者在观念上，理论上对餐饮业有一个全新的认识，本书引用的大量案例、论述的理论观察，就是力图告诉人们现代餐饮业已不再是传统意义上的小餐馆，而是连锁经营、特许经营为模式的现代大型企业（集团）。

其次，强调基础知识的掌握。

书中对餐饮业的基本原理、基本概念、基本方法作了较为详细的阐述，以利于读者能更深入地研究思考。

第三，强调理论与操作的有机结合。

本书从餐饮企业的实际需要出发，对餐饮经营中的每个环节都细述了具体操作内容。

一方面使理论能够指导操作，另一方面达到使读者能够学以致用、融汇贯通的目的，以便培养有创新意识的管理人才。

第四，注重系统性。

本书共分为11章，从概述、经营策划到市场促销，详细论述了餐饮经营以市场为起点和归宿的各个环节，提供了较为完善的餐饮经营管理的内容。

## &lt;&lt;餐饮经营管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 餐饮经营概述 第一节 餐饮市场特征 第二节 餐饮经营管理的目标 第三节 餐饮经营管理的內容 第四节 餐饮经营管理趋势第二章 餐饮经营策划 第一节 确定餐饮目标市场 第二节 餐饮经营的範圍 第三节 餐饮企业的选址 第四节 餐饮企业名称与标志 第五节 餐饮经营计划第三章 餐饮经营类型 第一节 传统餐饮经营类型 第二节 自助餐经营类型 第三节 餐饮创新经营类型 第四节 餐饮类型与组织机构第四章 餐厅设计与厨房规划 第一节 餐饮企业的空间划分 第二节 餐厅设计布局 第三节 厨房规划布局第五章 菜单的设计 第一节 菜单的种类 第二节 菜系与菜单的设计 第三节 膳食营养与菜单设计 第四节 菜单内容及其安排 第五节 菜单的定价第六章 食品原料的采购与保管 第一节 食品原料的采购管理 第二节 食品原料的验收管理 第三节 食品原料的储藏管理 第四节 食品原料的发放管理 第五节 食品原料的盘存第七章 厨房生产管理 第一节 厨房行政管理 第二节 厨房生产的标准化控制 第三节 厨房生产的质量控制 第四节 厨房生产折损的控制 第五节 厨房生产的效率管理第八章 餐饮酒水管理 第一节 餐厅酒水管理的作用 第二节 佐餐酒知识与服力操作 第三节 洋酒知识第九章 宴会组织与管理 第一节 宴会预订 第二节 宴会菜单设计 第三节 宴会台面设计 第四节 宴会管理第十章 餐饮服务管理 第一节 餐饮服务的内容 第二节 餐饮服务管理第十一章 餐饮促销 第一节 餐饮促销的特征 第二节 餐饮价格优惠促销 第三节 餐饮产品促销 第四节 餐饮人员推销 第五节 餐饮经营的公关活动第十二章 餐饮成本控制 第一节 餐饮成本概述 第二节 餐饮成本核算与成本控制 第三节 饮料成本控制 第四节 人工成本控制主要参考文献

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>