

<<餐饮管理>>

图书基本信息

书名：<<餐饮管理>>

13位ISBN编号：9787811382433

10位ISBN编号：7811382431

出版时间：2009-8

出版时间：西南财经大学出版社

作者：王瑛,王向东

页数：278

字数：395000

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>

## &lt;&lt;餐饮管理&gt;&gt;

## 内容概要

随着人们物质文化生活水平的不断提高,餐饮业近年来得到了迅猛发展,其增长幅度在国民经济各行业中名列前茅。

在餐饮业快速发展的同时,行业竞争亦日趋激烈,餐饮企业在生产和经营过程中遇到了不少新的问题和挑战。

餐饮管理课程是高等教育旅游管理专业学生必修的专业课之一,编写一本更能适应餐饮业经营管理发展需要的、既有理论又有实践价值、更为系统的餐饮经营管理教材是当务之急。

鉴于此,我们在集体讨论和研究的基础上,分工合作编写了本书。

本书以餐饮经营活动的运作流程为中心线索,整体内容结构设计循序渐进,全面地阐述了餐饮事业发展的概况、餐饮服务中的基本技能及餐饮事业各环节的管理理论和基本要求,特别强调了餐饮成本控制过程和餐饮营销这两个餐饮经营管理上的关键问题。

在编写过程中,本书力求做到基础理论简明扼要,业务内容具体形象,操作方法简单实用,结构层次系统连贯。

在本书每章前后分别设置有学习目的、基本内容和本章小结、案例分析及相关训练题,以方便学生学习。

本书适合培养旅游企业、饭店管理和餐饮管理人才培养目标、培养模式和培养方法的需要,除可作为旅游管理院校教材外,对旅游饭店和独立经营的餐饮企业也有很强的适用性。

## &lt;&lt;餐饮管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 餐饮概述 第一节 餐饮业的发展概况 第二节 餐饮管理的内容与要素 第三节 餐饮管理的基本要求 第四节 餐饮经营和管理的发展趋势 本章小结 复习思考题 案例分析与思考：风波庄武侠餐厅

第二章 餐饮经营策划 第一节 餐饮市场定位 第二节 餐饮经营范围 第三节 餐饮企业选址 第四节 餐饮企业名称、标志和招牌 第五节 餐饮经营计划 本章小结 复习思考题 案例分析与思考：高校周边餐饮蓬勃发展

第三章 菜单的设计与制作 第一节 菜单概述 第二节 菜单的策划 第三节 菜单的设计与制作 本章小结 复习思考题 案例分析与思考：营养专家特别推荐的春节菜单

第四章 食品原材料采购供应管理 第一节 食品原材料的采购管理 第二节 食品原材料的验收管理 第三节 食品原材料的储存管理 第四节 食品原材料的发放管理 第五节 食品原材料的盘存管理 本章小结 复习思考题 案例分析与思考：采购员问题、经营模仿、核心员工离职

第五章 厨房组织与生产管理 第一节 厨房管理概述 第二节 厨房的设计与布局 第三节 厨房的组织机构 第四节 厨房生产流程管理 第五节 厨房产品质量管理 第六节 厨房卫生与安全管理 本章小结 复习思考题 案例分析与思考：把餐馆厨房变成流水线

第六章 餐饮产品销售管理 第一节 餐饮产品销售计划和销售控制 第二节 餐饮产品定价 第三节 餐饮产品销售分析 第四节 餐饮企业常用的促销方法 本章小结 复习思考题 案例分析与思考：15条小毛巾

第七章 餐饮酒水销售服务管理 第一节 餐厅酒水管理的作用 第二节 中外酒水知识 第三节 酒水销售服务过程管理 本章小结 .....第八章 餐饮服务管理

第九章 宴会组织与管理 第十章 餐饮产品成本控制 参考文献

## 章节摘录

第二章 餐饮经营策划 第一节 餐饮市场定位 餐饮企业对于市场的开发，关键在于抓住顾客。

餐饮企业必须依靠充足的客源来维持其一定的销售额并不断发展自身。

所以，一个餐饮企业经营成败的关键因素就是市场定位。

从通常意义上讲，定位是餐饮企业市场营销中一项重要的战略性任务，市场定位如果正确，它就会生意兴隆，顾客盈门，从而获得成功；反之，必将导致经营处于萧条状态，终至失败。

一、餐饮市场分类 让顾客满意已经成为餐饮业经营管理者的共识。

现代餐饮店顾客的需求极具个性化特征，表现为进餐目的的差异性和消费需求的多样性，尤其表现在同样消费中的不同层次需要。

餐饮业的市场竞争、顾客需求的多样化，客观上要求餐饮企业发挥自身的优势，细分目标市场，进行专门化经营，采取错位竞争的战略，体现自身的个性特征。

所谓市场细分，是指餐厅按照某种相对固定、相对独特的标准，将整个餐饮市场划分为不同的、具有相对统一特征的小市场。

显然，市场细分就是从广阔而复杂的市场中，根据顾客的爱好、需求、购买行为、地域分布等因素，寻找出适合购买本餐厅产品或服务的具体消费对象，并以此作为本餐厅营销的目标市场。

（一）餐饮市场细分的标准 影响餐饮消费需求的因素是多方面的，而且非常复杂，顾客的生活环境、社会经济地位、人口特点、生活方式、性格、购买行为等对餐饮消费的需求都有不同程度的影响，从而使顾客的餐饮消费需求多种多样、千差万别，这些区别就是市场细分的依据。

.....

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>