

全国中等职业技术学校烹饪专业教材

饮食业基础知识(第二版)习题册

Pengren



pengren

pengren

 中国劳动社会保障出版社

本习题册是全国中等职业技术学校烹饪专业教材《饮食业基础知识(第二版)》的配套用书。习题册紧扣教学要求,按照课本章节顺序编排,注重基础知识的巩固及基本能力的培养。知识点分布均衡,题型丰富多样,难易配置适当,适合不同程度的学生练习使用,同时也可供参加职业鉴定考试的人员作为参考练习。

本习题册由卢红华编写。

图书在版编目(CIP)数据

饮食业基础知识(第二版)习题册/卢红华编写. —北京:中国劳动社会保障出版社, 2007
全国中等职业技术学校烹饪专业教材
ISBN 978-7-5045-5942-5

I. 饮… II. 卢… III. 饮食业-基本知识-习题 IV. F719-44

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第080455号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街1号 邮政编码:100029)

出版人:张梦欣

*

北京金明盛印刷有限公司印刷装订 新华书店经销
787毫米×1092毫米 16开本 2.75印张 57千字

2007年6月第1版 2007年6月第1次印刷

定价:4.00元

读者服务部电话:010-64929211

发行部电话:010-64927085

出版社网址: <http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话:010-64954652

ISBN 978-7-5045-5942-5



9 787504 559425 >

目 录

第一章 饮食业概述.....	(1)	第四章 菜单策划与设计.....	(13)
一、填空题.....	(1)	一、填空题.....	(13)
二、判断题.....	(2)	二、判断题.....	(14)
三、选择题.....	(2)	三、选择题.....	(14)
四、简答题.....	(3)	四、简答题.....	(15)
第二章 饮食企业的组织结构.....	(6)	第五章 采购、验收、贮藏与发放.....	(18)
一、填空题.....	(6)	一、填空题.....	(18)
二、判断题.....	(6)	二、判断题.....	(19)
三、选择题.....	(7)	三、选择题.....	(19)
四、简答题.....	(7)	四、简答题.....	(20)
第三章 饮食业市场营销策略.....	(9)	第六章 厨房生产与管理.....	(23)
一、填空题.....	(9)	一、填空题.....	(23)
二、判断题.....	(9)	二、判断题.....	(24)
三、选择题.....	(10)	三、选择题.....	(24)
四、简答题.....	(10)	四、简答题.....	(25)

二、判断题.....	(33)
三、选择题.....	(34)
四、简答题.....	(35)
模拟试卷	(39)

第七章 餐厅服务和管理	(28)
一、填空题.....	(28)
二、判断题.....	(29)
三、选择题.....	(29)
四、简答题.....	(30)

第八章 饮食业成本核算与控制	(33)
一、填空题.....	(33)

第一章 饮食业概述

一、填空题

1. 商业性饮食企业或商业性饮食部门主要以_____为经营目的，并以此获得生存与发展，它们是饮食业的_____。
2. 国内饮食业的分类是为了便于进行_____和_____而形成的，大致可分为旅游饭店、_____、_____和_____及摊贩五大类。
3. 餐厅是供吃饭用的大房间，餐厅依产品口味的不同，可分为_____和_____两种。
4. 自助餐的宗旨是以_____的价格，快速供应营养丰富、_____的饮食。
5. 饮食产品的可组合性体现在以下三个方面：第一，_____的可组合性，第二，菜品的_____的可组合性，第三，菜品、饮料、环境、服务等综合的_____。
6. 中餐有山东（鲁）菜、江苏（淮扬）菜、_____菜和_____菜等不同风味（细分则更多），并在口味上有南_____、北_____、东_____、西_____之说。

7. 饮食业兼有_____、_____和_____三种职能，可以说，它包括了再生产的全过程。

8. 目前，人们更多地追求饮食菜品口味的多样化、_____、_____和_____，名、优、新、奇的特色菜品越来越受到顾客的欢迎。

9. 选择店址应考虑的因素很多，如交通条件、_____、地区经济发展水平、_____、地区经济管理情况等，但最主要的还是自身_____与_____。

10. 经营高档餐厅，选择经营地点首先要注意三个条件，即_____、_____和_____。

11. 饮食企业的整体设计主要是指饮食企业整个运转系统的设计、_____。一般包括店堂的名义、_____以及_____等。

12. 餐馆的外观主要是由建筑造型、_____和_____装潢以及_____组成的。

13. 餐馆建筑物的外观造型大致可以分为五种不同的风格，即_____、_____、_____、_____和综合式。

14. 餐厅门面的装潢应与本店的_____相适应, 将_____和_____的水准在门面上反映出来。整个门面装潢要美观大方, 要注意烘托和突出_____ , 并能显示出餐厅的经营范围和_____。

二、判断题

1. 饮食业一般包括各种类型的餐馆、酒吧、咖啡厅、流动饮食摊, 以及宾馆、娱乐场所等单位中的饮食部门。 ()
2. 从广义上讲, 饮食业不应包括以后勤保障为主要目的的饮食服务部门。 ()
3. 大部分西餐厅都供应套餐, 其供应顺序大致是饮料、沙拉、主菜、甜点及最后的汤。 ()
4. 自助餐的宗旨是以低廉的价格快速供应营养丰富、菜式多样的饮食。 ()
5. 饮食业在目前条件下主要以机械操作为主。 ()
6. 饮食产品的文化性, 使饮食企业经营的饮食具有一定的文化附加价值。 ()
7. 饮食业的经营活动受季节、气候、节假日、企业地理位置、交通条件等多种因素的影响。 ()
8. 在餐馆密集的地方, 往往会出出现商业吸引商业, 人流吸引人流, 从而形成相对繁荣的局面。 ()
9. 饮食业集经营、销售、服务、消费于一体。 ()
10. 我国饮食业是一个完全竞争的行业, 市场空间巨大, 行业壁垒垒高。 ()
11. 综观现代饮食业, 凡是有市场的餐厅都有一个共同的特

点——有高档的装潢。 ()

12. 人流密集的地方, 如机场、车站、码头等, 是开设高档餐馆的首选地点。 ()

13. 中低档餐馆不应开在饮食业密集的地方。 ()

14. 传统名店的店名并不一定具有华贵之气。 ()

15. 中低档餐馆以人名、地名命名, 不失为良好的决策。 ()

16. “加州牛肉面”“晋阳楼”“杏花村”“老四川”等餐馆是以地名来命名的。 ()

17. 具有外观美的餐馆对顾客有特殊的吸引力, 甚至令人一睹光顾终身难忘。 ()

18. “广州酒家”、杭州“楼外楼餐馆”的建筑外观造型属于现代式设计。 ()

19. 招牌是饮食企业十分重要的宣传工具, 在企业的外观设计上往往起到画龙点睛的作用。 ()

20. 店外环境的总体布局要合理配置, 有韵律节奏感, 形成众星捧月之势。 ()

三、选择题

1. 下列不属于中国四大菜系的是 ()。

- A. 鲁菜
- B. 粤菜
- C. 川菜
- D. 浙菜

2. 下列适合于中低档餐馆取名的是 ()。

- A. 东方大世界
- B. 东亚王国
- C. 民福居饭店
- D. 麦当劳

四、简答题

3. 适宜在文化区中取名的餐馆名是 ()。
A. 巴客船 B. 蓝天宾馆
C. 带江草堂 D. 红玫瑰
4. 下列餐馆、酒楼中建筑外观造型设计属于民族式的是 ()。
A. 杭州楼外楼餐馆 B. 广州南国酒楼
C. 杭州山外山餐馆 D. 北京硬石餐厅
5. 不属于饮食业的是 ()。
A. 餐馆 B. 酒吧
C. 流动饮食摊 D. 食品店
6. 大部分的西餐厅都供应套餐,其顺序大致是 ()。
A. 汤、沙拉、主菜、甜点及最后的饮料
B. 饮料、沙拉、主菜、甜点及最后的汤
C. 汤、主菜、甜点、沙拉及最后的饮料
D. 沙拉、主菜、甜点、汤及最后的饮料
7. 中餐在口味上有 () 之说。
A. 南咸、北甜、东辣、西酸
B. 南甜、北咸、东辣、西酸
C. 南甜、北咸、东酸、西辣
D. 南甜、北酸、东辣、西咸
8. () 多半用于具有轻松气氛的非正规的餐厅中,如风味餐馆、咖啡厅、酒吧等。
A. 人物、动物造型招牌 B. 直立式招牌
C. 壁式招牌 D. 悬吊式招牌
1. 什么是饮食业?
2. 国内饮食业大致可分为哪几类?
3. 简述饮食业在国民经济中的地位。

4. 饮食业有哪些基本特征?

7. 简述现代饮食业的发展趋势。

5. 饮食业的投资特性有哪些?

8. 经营高档餐馆, 选择经营地点首先要注意哪几个条件?

6. 说一说我国饮食业的现状。

9. 选择中低档餐馆经营地点的依据是什么?

10. 为餐馆取名应注意哪几个问题？

12. 常见饮食企业的招牌有哪几种？

11. 在设计餐馆建筑外观造型时，一般要考虑哪几个因素？

第二章 饮食企业的组织结构

一、填空题

_____的优点，又摒弃了直线制_____的弊端，发挥了职能部门_____作用，是管理企业比较好的一种组织形式。

2. 按照在组织结构中的职能，饮食企业内部机构可以分为业务经营机构、_____机构和_____机构。

3. 精简就是组织结构的_____和_____的配置，要同企业所担负的_____相适应，各机构的人员要有足够的_____，避免机构臃肿，人浮于事。

4. 业务经营机构是直接从事原材料采购、_____、_____、销售和_____的经营机构。

5. 管理职能机构是担负计划、_____、_____、_____和协调工作的管理机构，如财务机构、劳资机构等。

6. 企业内部机构的层次关系是指挥上的_____体系，是_____的关系。

7. 企业内部机构的组织形式一般有直线制、_____和_____三种。

8. 直线职能制以_____为主体，既保持了直线制

1. 饮食企业的组织结构，是有效地组织企业经营、管理和实现企业经营目标的重要保证。 ()

2. 各个管理层级应当实行逐级指挥和逐级负责，但特殊情况下，也可以越级指挥。 ()

3. 一般来说，上层管理组织的有效管理幅度大于基层组织。 ()

4. 在企业规模一定的情况下，有效管理幅度与管理层次成反比关系，有效管理幅度大，被直接管理的人数多，管理的层次就可以减少。 ()

5. 管理职能部门是企业组织结构的主体，它的规模和分工程度直接影响和决定着其他机构的设置和划分。 ()

6. 管理职能机构的划分及其专业分工程度，主要取决于饮食企业的规模。 ()

7. 小型饮食企业一般不单独设立行政事务机构。 ()

8. 饮食企业内部机构的环节关系为纵向的关系。() 人员的数量。
9. 直线制一般不设职能管理机构, 企业内部实行垂直领导。()
10. 层次之间的关系即企业内部机构的纵向关系, 不存在指挥与被指挥的关系。()
11. 大中型饮食企业普遍采用三级或四级管理形式, 即有三个至四个管理层次。()
12. 直线职能制是直线制和职能制的结合, 它以直线领导为主体, 同时设置若干职能部门(人员), 发挥它们的指导、参谋作用。一般适用于大中型饮食企业。()
13. 各职能部门只是经理的参谋, 对生产和服务部门的工作起指导监督作用, 不是领导与从属关系。()
14. 在大多数小型饮食企业, 经理可以不经任何中间环节直接对所有下属行使管理权力。()
15. 人事、秘书、保卫、总务等科、组属于管理职能机构。()
11. 管理层次
12. 管理组织
13. 是企业组织机构的主体。
14. 管理职能机构
15. 属于业务经营机构。
16. 厨房
17. 人事部
18. 经理—厨师长—主管—职工属于()管理。
19. 财务部
20. 经理办公室

四、简答题

1. 简述饮食企业组织结构设置的设置原则。

三、选择题

1. 大中型饮食企业普遍采用()。
- A. 二级管理
B. 三级或四级管理
C. 五级管理
D. 顶级管理
2. ()一般适用于大中型饮食企业。
- A. 直线职能制
B. 直线制
C. 职能制
D. 全方位制
3. ()是指一名领导者能够有效地直接指挥或控制下级

2. 什么是管理幅度?

3. 什么是管理层次?

5. 按照在组织结构中的职能, 饮食企业内部机构可分为哪几类?

4. 直线制的概念及优缺点是什么?

6. 在饮食企业组织结构设置原则中, “精简” “有效” “统一” “协调” 的含义各是什么?

第三章 饮食业市场营销策略

一、填空题

1. 市场调研,从狭义上讲,即了解和研究顾客的欲望和_____,以及顾客对产品的_____和要
求。
2. 影响市场需求的因素很多,有政治的、_____,
技术的、文化的、人口的等。但就具体的企业而言,主要应着力
于对消费者购买力、_____以及_____等方面的调
研。
3. 饮食业市场分析主要是指对饮食企业所在地的市场环境、
_____,_____以及本企业资源、_____等
情况进行综合分析,从而为企业选择目标市场提供可靠的依
据。
4. 饮食企业产品竞争策略的运用,通常表现在产品精品化、
_____,_____和_____等几个方
面。
5. 饮食企业在激烈的市场竞争中,除了以优质的特色菜品
取胜以外,还必须在_____,_____和_____上下
功夫,只有通过优质的_____,才能真正吸引并留住顾

客,才能在激烈的竞争中取得成功。

6. 价格策略就是把_____与企业的_____巧
妙地结合起来,从而制定出顾客愿意接受而又能够最好地实现企
业的_____的价格来。
7. 顾客的饮食消费心理大致可分为五种类型,即便利型、
_____、_____,_____和求
新型。
8. 平价策略也称_____策略,是一种介于
_____和_____之间的策略。
9. 特价优惠策略主要适合于_____饭店,在具体运
用上主要包括_____策略和_____策略。

二、判断题

1. 市场营销简单地说就是推销。()
2. 企业在选择目标市场时,首先要对企业所在地进行市场
分析。()
3. 饮食企业市场营销是否取得成功,最终取决于企业经理
的态度和行为。()
4. 市场营销是驾驭市场的经营手段。()

5. 竞争要取胜, 质量要过硬, 优质才能竞争, 产品质量与产品竞争能力成正比。 ()

6. 饮食产品能否吸引顾客, 关键在于产品的风味特色。 ()

7. 餐厅不但要抓好服务质量, 同时在服务形式上要敢于创新。 ()

8. 高价策略也称渗透定价策略, 是指采用高价迅速收回投资, 力求较快取得收效的一种营销策略。 ()

9. 西方国家称低价策略为“满意”或“君子”定价策略。 ()

10. 如果我们办名餐厅、大餐厅, 就必须实行明码标价, 才能取信于顾客, 赢得顾客。 ()

11. 折扣策略是饭店采用按原价降低若干百分比(折扣率)优惠销售的方式吸引顾客的一种策略。 ()

12. 特价优惠策略主要适合于中小型饭店。 ()

13. 在做广告宣传时, 饮食企业应着重瞄准一个消费阶层, 甚至一部分消费群。 ()

14. 企业的服务是无形的, 既不能储存也不能运输。 ()

15. 我国饮食业中的大众化饭店和实力雄厚的大饭店, 均可采用高价策略。 ()

三、选择题

1. 下列不属于企业自身竞争条件的是 ()。

- A. 企业的整体形象
- B. 社会的知名度
- C. 本企业设施的特点
- D. 竞争对手状况

2. 渗透定价策略又称为 ()。

- A. 低价策略
- B. 平价策略
- C. 特价策略
- D. 高价策略

3. 西方国家称“满意”或“君子”定价策略的是 ()。

- A. 低价策略
- B. 平价策略
- C. 中价策略
- D. 高价策略

4. 下列属于“零数价格制”的是 ()。

- A. 99
- B. 100
- C. 1 800
- D. 600

5. “吃100送50”属于 ()。

- A. 平价策略
- B. 让价策略
- C. 特价品策略
- D. 低价策略

6. 注意菜肴色、香、味的享受, 注重环境、服务的档次, 对价格不太关心的顾客属于 ()。

- A. 便利型
- B. 求廉型
- C. 享受型
- D. 求新型

7. 涉外饭店外加服务费, 最高不得超过售价的 ()。

- A. 5%
- B. 10%
- C. 15%
- D. 20%

8. “一元一斤河虾”属于 ()。

- A. 平价策略
- B. 让价策略
- C. 特价品策略
- D. 低价策略

四、简答题

1. 何谓市场调研?
2. 简述市场调研的主要内容。
3. 饮食业市场分析主要包括哪些内容? 并简要论述顾客需求分析的内容。
4. 企业在选择目标市场时, 必须遵循哪几个原则?
5. 价格策略具体运用时有哪几种方法?
6. 高价策略的定义是什么? 请对三种定价策略进行比较, 说出各自的优点和缺点。

7. 开业亏损酬宾策略在具体运用时应注意哪几方面的问题？

8. 特价品策略在具体运用时应注意什么问题？

第四章 菜单策划与设计

一、填空题

1. 菜单是_____与_____信息交流的工具，是企业经营管理和_____活动的重要依据。
2. 菜单是餐厅向_____提供商品的目录。其内容主要包括_____、_____的品种和价格。
3. 菜单是餐厅向宾客推销_____、_____的工具，在饮食经营和_____中起着重要的作用。
4. 宴会菜单一般是客人预订宴席时，根据_____、_____和_____确定其内容的。
5. 在饮食业中，菜单的实施形式一般有三种类型：一是_____；二是_____；三是_____。
6. 选择菜品时，首先要认清饭店的_____，根据目标顾客的_____和_____来设计菜式。
7. 菜单定价要贯彻按质论价、_____和_____的原则，以合理的_____、费用和_____加上合理_____的原则来定价。
8. 餐厅的市场指向性决定了餐厅要获取利润的主要方法是提高_____，而提高销售额的关键因素之一就是要有正确

- 的_____，一般有三种定价策略：一是以_____为中心的定价策略；二是以_____为中心的定价策略；三是以_____为中心的定价策略。
9. 菜单定价方法有多种，最常用的有随行就市法、_____、_____、主要成本率法和_____。
 10. 菜单内容主要包括菜品的名称和_____、_____等。
 11. 在给菜品命名时，一方面要尽量确切，另一方面要具有_____。中式菜名大致可分为两大类：一类是_____菜名，另一类是_____的菜名。
 12. 菜式的编排不仅要符合_____，还要注意突出_____，要将重点菜、名牌菜安排在菜单的_____位置。
 13. 菜单的装帧，特别是插图、_____等艺术手段，必须与_____及餐厅的_____相协调。
 14. 菜单设计者要尽量选择一些反映本饭店或餐厅特色的菜肴列于菜单上。特色是指在_____、_____和_____等方面做到“人无我有”或“人有我优”。