



教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书



餐厅与宴会管理 (第三版)

Dining Room and Banquet Management 3rd Edition

[美] Anthony J. Strianese Pamela P. Strianese 著
南仲信 译

引进版

THOMSON



高等教育出版社
Higher Education Press

教育部职业教育与成人教育司推荐教材
五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教学用书

餐厅与宴会管理

(第三版)

Dining Room and Banquet Management, 3rd Edition

[美] Anthony J. Strianese

Pamela P. Strianese 著

南仲信 译

余炳炎 朱承强 主审

高等教育出版社

图字:01-2004-1251号

Anthony J. Strianese, Pamela P. Strianese

Dining Room and Banquet Management, Third Edition

ISBN:0-7668-2686-4

Copyright © 2003 by Delmar, a division of Thomson Learning

Original language published by Thomson Learning (a division of Thomson Learning Asia Pte Ltd).

All Rights reserved. 本书原版由汤姆森学习出版集团出版。版权所有,盗印必究。

Higher Education Press is authorized by Thomson Learning to publish and distribute exclusively this simplified Chinese edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only (excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

本书中文简体字翻译版由汤姆森学习出版集团授权高等教育出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

981-265-156-X

图书在版编目(CIP)数据

餐厅与宴会管理:第3版/(美)斯特恩斯(Strianese, A. J.)等著;南仲信译. —北京:高等教育出版社,2005.6

书名原文:Dining Room and Banquet Management

ISBN 7-04-017053-1

I. 餐... II. ①斯... ②南... III. 饮食业-经济管理-高等学校:技术学校-教材 IV. F719.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第047848号

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-58581118
社 址	北京市西城区德外大街4号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100011	网 址	http://www.hep.edu.cn
总 机	010-58581000		http://www.hep.com.cn
经 销	北京蓝色畅想图书发行有限公司	网上订购	http://www.landaco.com
印 刷	化学工业出版社印刷厂		http://www.landaco.com.cn
开 本	787×960 1/16	版 次	2005年6月第1版
印 张	21	印 次	2005年6月第1次印刷
字 数	370000	定 价	29.40元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 17053-00

内容提要

本书是从美国汤姆森学习出版集团引进的,是五年制高等职业教育旅游服务与管理专业教材之一,是教育部职业教育与成人教育司推荐教材。

本书分餐饮服务行业、餐厅管理、宴会管理三个部分共13章,主要包括:服务的重要性、公共卫生和外观形象的重要意义、服务与摆台的风格、正确的服务指南、服务的风格、服务员培训、餐厅的组织接待、预定计划和预留餐桌、餐厅服务的管理、宴会业务与宴会经理、如何登记庆典活动、宴会活动安排表、宴会活动的管理等。

本书内容翔实,体例新颖,图文并茂,生动有趣,实践性强。

本书可作为职业院校旅游服务与管理专业的教学用书,也可作为旅游行业的岗位培训用书。

“他山之石,可以攻玉”

译者序

餐饮业是一个生机勃勃的行业,同时也是一个竞争异常激烈的行业。餐饮业竞争的策略似乎更集中在环境和格调等方面,然而,未来的竞争趋势将会是服务,就像本书作者一再提及的那样,服务正是人们外出就餐选择的优先考虑条件之一。此外,随着我国国际旅游业的蓬勃发展,来华旅游的人数逐年稳步上升,这不仅为餐饮业带来了机遇,也提出了要求和挑战。其中,餐饮的服务及其管理,尤其是西餐厅和西餐宴会的服务与管理,就是我们亟待加强与提高的一个环节。

为了迎接这些挑战,旅游与餐饮业人士更加重视提高自身的服务与管理水平。在我们经历了引进国外的设备与设计,以及与国外进行合资合作等过程后,引进国外的相关教材和培训方法,培养我们自己的后备人才,已经成为行业的发展战略之一。“他山之石,可以攻玉”,我们需要不断用新的思维与观念来对待新的挑战。本书作者声称,他们“写作该书的目的和愿望,是为了让服务专业在美国也如同烹饪专业一样受到人们的尊敬。”在我们强调“以人为本”的今天,这样的一个理念对于旅游与餐饮这样的服务行业,是值得提倡和认同的。

与其他引进的同类国外教材或参考书相比,本书的两位作者在系统地介绍了西餐厅与宴会活动的服务及其管理方面知识的同时,再三强调了服务与管理在餐饮业的经营和竞争中以及在增加客人就餐过程中的重要性。在全书的各个章节里,不仅论述了如何进行正确的服务,而且还引经据典、旁征博引地说明了为什么要这么做。所介绍的内容对我们的餐饮服务有启发和指导作用。尤其值得一提的是,作者始终强调细节管理在餐饮服务中的重要性。虽然这些都是作者针对美国餐饮服务行业的现状提出的改进方案,但是,这些恰恰也是在我们的日常服务与管理工作中,普遍需要重视和改进的方面。

作为一本引进教材,本书另外一个显著的特点是:生动有趣,注重实践。除了系统地介绍了西餐厅与宴会活动的服务及其管理知识外,在每一章,作者通过

“经理访谈”的专栏,引述一些业内成功人士的经验之谈;在“甜与酸”专栏里,介绍了一些与服务和管理相关的案例,通过正反两方面的事例,帮助读者加深对学习目标的理解。此外,作者在每章后面设计的复习题,不仅是为了帮助学生巩固本章所学的内容,更是启发学生、培养学生分析问题和解决问题的能力。因此,建议学生在完成每一章的学习后,应认真思考和回答这些问题,把学过的知识融会贯通,这样才能够掌握所学的东西。

作者在介绍西餐服务的风格与方法的同时,也向读者介绍了一些有关西餐以及西方饮食文化的发展和典故,增加了本书的趣味性。因此,它也可以成为旅游和餐饮业从业人员了解西餐文化的一本参考读物。我们应通过借鉴美国餐饮业发展的现状和趋势,总结经验,取长补短,更新我们的意识与观念,改进我们的服务与管理,以迎接来自各方的挑战。

由于饮食习惯和社会环境的不同,本书中所介绍的内容对于中餐饮食服务或许缺乏针对性,有些现象和要求也不太适合我国的餐饮业情况。但是,一些对于服务和管理的基本要求和原则是一致的,应该学习借鉴。同时,对于接待国外游客的西餐厅或西餐宴会的管理和服务人员,这些内容很有价值。因此,本人完全按照原著的内容翻译过来,请读者根据需要,加以选择。

本书由上海师范大学旅游学院(上海旅游高等专科学校)余炳炎教授和朱承强副教授担任主审,在此表示衷心感谢。同时还要深深感谢上海师范大学旅游学院张帆副教授。

由于本人水平有限,译著中一定有不足与不当之处,敬请广大读者批评指正!

译者

2004年12月

序

当我五岁的时候,在我们位于纽约波士登湖区的家里,我的父母举办了一个100多人的生日鸡尾酒宴会。他们觉得如果让小孩子为来宾们端上开胃餐点心和饮料,一定是很有趣的一件事情,于是就告诉我和我姐姐,应该在客人面前微笑,自我介绍,并向客人们奉上饮料和食物。当我们的家庭派对结束后,我的父亲对我说:“小乔治,你干得真棒!”这是我所得到的最高夸奖。现在,当我回忆起父母当年的那次派对,以及他们对服务的指示时,我意识到,他们曾经给我们的极其简单的忠告是在任何场合都将持久有效的:“微笑,介绍你自己,并为客人端上饮料和食品。”

作为 Bellagio 餐饮公司总裁,我所承担的责任是,每天为 17 000 名客人提供令人满意的服务。我们凭借一支庞大的团队来完成这一任务,我们的团队由 3 000 名员工组成,平均分布在服务第一线和后台各个部门,包括 18 个餐馆,16 个酒吧,客房服务,12 万平方英尺的宴会餐厅以及一个员工餐厅。在开办这样一个拥有 3 005 个房间的旅游中心之前,Bellagio 的管理团队就荟萃了来自全美国餐饮行业的各路精英,他们都是各大知名餐饮服务企业的技术骨干和管理高手。Sirio Maccioni 是一个具有超凡魅力的餐饮专家,作为 Bellagio 的第一位合作者,他带着自己两个出色的家族企业 Le Cirque 和 Circo 加盟进来。我们的毕加索餐馆以令人难以忘怀的胡里安·赛拉诺(Julian Serrano)厨师的厨艺为特色,同时,因其藏有大量的帕布罗·毕加索(Pablo Picasso)的原作而驰名。毕加索餐馆在刚刚开办 14 个月后就于 2000 年 1 月被授予享誉美国的 Mobil5 - star 奖。来自洛杉矶的 Aqua 餐馆以 James Beard 奖获得者迈克·米那厨师(Chef Michael Mina)为特色,设计师托尼·施(Tony Chi)利用原木、水磨石瓷砖和豪华纺织品,为餐馆设计营造了一个生机勃勃的环境。在 Aqua 餐馆里,还陈列着两幅罗伯特·劳森伯格(R Rauschenberg)的油画作品。托德·英吉利(Todd English)从波士顿带来了他那著名的、休闲的、地中海风格的橄榄餐馆。我们的牛排馆 Prime 的合作者是获过奖的四星厨师和餐馆专家简·乔治·方格里希滕(Jean George Vongerichten)。在我们的大厨和合作者之列,还有茉莉花餐馆,它是我们一家现

代饮食风格的中餐馆,餐馆的设计风格受欧式影响,三面由引人入胜的湖水环抱,前方俯瞰花园,风景美不胜收。日餐馆 Shintaro 由 Bellagio's 的大厨奥尼尔(O'Connell)负责,为客人提供寿司等日式食品。此外,Bellagio 的其他餐馆还供应面条,托尼·施还设计了一个香港面条商店。Cafe Bellagio 是我们的一个拥有 450 个座位、全天 24 小时营业的餐馆,而另一个 Buffet Bellagio 餐馆每天可供应 4 500 人就餐,另外还有我们的咖啡店 Pool Café Palio 以及意大利冰淇淋店 Gelato 和其他一些快餐酒吧等设施。

自从我 32 年前进入餐饮行业以来,餐饮娱乐业已经发生了翻天覆地的变化。但是,行业的基本原则却没有变:与有形的产品不同,服务是一种经历,它是一种感受,因此很难描述、衡量。在某种情况下,也很难给予一个标准,服务应该是可以期待的、专业的、友好的以及富有幽默感染力的东西。每个细节都必须认真考虑和对待,这包括室内的温度、灯光的柔和度、桌子的高度、椅子的坐垫、瓷器的款式、台布的质地、音响的效果、黄油的硬度、入口处给客人的第一感觉以及餐厅老板的迎宾问候等。此外,客人们将不会接受那种令人不快的服务,客人们希望被服务,而不是被喂养。这些听起来像是那种可以被衡量、被标准化的东西吗?总的来说,一个成功的餐馆、饭店、俱乐部或酒吧,会通过为他们的管理人员和员工树立一系列共同的价值观念,而营造出一种出色的服务环境。

改进服务的方法不仅要具备有意义的培训材料,有组织的讲授介绍和持之以恒的贯彻执行,更重要的是,要具备资源和经验去雇佣那些有服务意识的应聘者。理论要联系实际,一个服务员每次只有通过服务,才有机会增进客人们的就餐经历。反之,做实践工作也需要经过培训,并通过每天的正式和非正式会议、备忘录、电子邮件、培训会以及岗前谈话等形式得以加强。无论采用何种形式,以下这些词汇应当一再地、震耳发聩地重复:服务、承诺、改进、自豪、坚持和培训。

由于服务的异质性,其质量只有在顾客经历的过程中才能够得以衡量,这对两个个体来说,从来都不可能是相同的,其结果是,每个客人的每次经历和交易都几乎不可能标准化。能够标准化的是逐渐灌输给员工的价值观念。例如,瑞兹·卡尔顿(Ritz Carlton)对他的员工灌输一种哲学——“淑女们和绅士们为淑女们和绅士们提供服务”。凯悦(Hyatt)把他们的酒店描述为“接触凯悦”。用已故的餐馆专家周·鲍姆的话来说:“价值和标准是要由你自己来确定的,你不必和其他人一样好,你必须更好——好很多。”在以上提到的每个例子中,每一个管理团队都力图创建一整套价值体系,借此为客人们提供一定的、可感触的服务和产品,以满足他们的需要。

服务的方案将继续成为每一个娱乐服务企业取得管理成功的最重要的组成

部分,在行业环境日渐成熟的今天,管理人员与一线员工交流他们的设想和价值观念的能力,将显得更加重要。

噢,对啦,记着微笑!

乔治·高德夫(George Goldoff)

内华达州 拉斯维加斯 Bellagio 餐饮公司总裁

高德夫先生于 2001 年 7 月升任 Beau Rivage 餐饮娱乐中心的副总裁,这个餐饮娱乐中心位于密西西比湾海岸的必罗西(Biloxi),总资产 6.5 亿美元,拥有 1 780 个客房,设施豪华而优雅,带有地中海的风格和南方娱乐行业的端庄典雅的气质。中心以其令人兴奋不已的娱乐活动和琳琅满目的餐饮供应而著称。Beau Rivage 餐饮娱乐中心于 1999 年开张,并把 Mirage 餐饮娱乐中心的优质服务标准带到了密西西比湾海岸。

前言

餐厅服务！不幸的是，这正是眼下美国人的就餐经历中缺少的东西。在整个 20 世纪 90 年代里，烹饪技艺和厨师的名望很受美国大众的青睐，现在是到了关注服务的时代了。餐厅和宴会经理应该培训员工，使他们通过向客人提供出色的服务而令客人开怀。在我们为第三版的《餐厅与宴会管理》收集资料时，通过第一手和第二手资料的研究，更坚信了我们的观点。例如，2001 年 7/8 月的《美国快报简要》(American Express Briefing)报道，服务在美国是欠缺的，文章指出：“无论餐食属于哪个档次，服务的评价总是落在后面。”这个信息是基于 Zagat 的 2001 年“美国顶级餐馆调查”(Survey of America's Top Restaurants)。另一个调查来自 2001 年 7 月 16 日的《国家餐馆新闻》(Nation's Restaurant News)的一个报道，93% 的投票人说“出色的服务是他们选择一家餐馆的最重要的原因”。

外出就餐已成为我们的爱好，而每一次的就餐经验又都会给我们带来新的挑战，这个挑战就是，我们以后要找一家服务出色的餐馆。无论是在自己居住的城市，在旅游地，或是出席任何宴会，我们总是寻找，试图发现一个提供优质服务的出色的餐馆。出席每一次婚礼、洗礼或宴会都成了我们的一次研究旅程，发现优质的餐馆和宴会服务是我们的目的。

我们的研究范围广泛，包括像 TGI Fridays 这样的大型连锁餐馆企业，或者小到像 The Bear's 这样的夫妻经营的小餐馆，以及如在纽约的像 Daniel Restaurant 这样的法式豪华高档餐馆。为研究宴会服务，那些在 ELKS Clubs, VFW Posts, 教堂大厅，四星级旅游饭店，以及端庄典雅的乡村俱乐部等地举办的各种宴会活动，都是我们的研究对象。另外，我们对各种各样的服务也进行了亲历和考察：从十分恶劣到异常出众。

本书作者之一托比(Toby)曾在一家酒店做过宴会经理，该酒店位于一个日渐衰落的城区中心，但是生意十分兴隆。成功的秘密在于服务。无论客人是什么样的社会地位、来自哪个阶层，服务对于他们而言都是最重要的，日复一日，这样的一个事实被无数客人来信和感谢留言所证实。更具说服力的一个事实是，当其他的指标都已在下降或不复存在时，宴会生意却不断发展。托比的第二份

工作是一家新开张酒店的餐饮部经理,他在那里同样教导员工有关服务的重要性,酒店的餐馆和宴会厅每晚都座无虚席。不幸的是,餐食质量却不很稳定,事实上有时还十分糟糕,令人难堪。但恰恰是优质的服务弥补了这一不足。

我们(两位作者)从此进入餐饮业,由于向广大客人提供了优质的服务,我们的生意蓬勃发展,我们的一些老主顾只在我们这里预订他们的宴会活动。

本书所介绍的服务技巧被斯克耐克塔迪地区专科学院(Schenectady County Community College)的学生们在宴会和点菜餐馆中运用,为客人提供了优质的服务。学校的卡索拉(Casola Dining Room)餐馆,无论是餐厅还是宴会厅,每个学期都是宾客盈门。服务使得餐厅和宴会厅的生意出类不凡,大量的需求使卡索拉餐馆不到10分钟就能把60个餐位预订一空。

在我们的职业生涯里,我们发现并认识到了出色服务的重要性。我们把服务定义为能力和友好态度。无论菜谱上的菜肴价格是6美元还是60美元,也无论是在一个连锁餐馆(如Red Lobster)、一家酒店(如Marriott)或者是一家独立的餐馆里,对任何一个就餐者都要提供服务,在向客人提供出色菜肴的同时,也要向客人提供出色的服务。当我们在纽约的The Old Dock餐馆就餐时,我们只花了6.95美元各自点了一道菜,然而我们得到的服务却是我们所希望的、堪称行业典范的优质服务。接待我们的服务员彬彬有礼,友好热情,当发现我们的桌子高度不够时,便在繁忙的午餐服务间歇找来东西,把我们的桌子垫高,她的服务技巧也十分出色,无可挑剔。

我们曾有幸旅行穿越美国和加拿大,其间既在独立的餐馆又在连锁餐馆用餐,我们发现了另外六家出色的餐馆,它们为我们提供了上乘的服务。这些服务可以为其他所有的餐馆经营者们提供样板,它们是加拿大蒙特利尔伊丽莎白女王酒店的Beaver Club,马萨诸塞州波士顿的Maison Robert,缅因州Kennebunkport的White Barn Inn,纽约市的Le Bernardin,伊利诺依州芝加哥的TRU以及科罗拉多州Keystone的Alpen Glow Stube餐馆。

只需要光顾一次,客人便能够体验优质的服务。餐馆经理应该记得并遵守那条出色的广告所说的“你只有一次机会,留下一秒钟的印象”。这是因为大多数客人将通过一次光顾而对你的餐馆下结论。我们写作该书的目的和愿望,是为了让服务职业在美国也如同烹饪职业一样受到人们的尊敬。

本书的体系

作者已对第二版《餐厅和宴会管理》进行了全面的修订。在反复阅读了第二版后,我们在第三版里增加了一些新的内容和实际材料,并根据每一章的学习目标重写了每章的小结。贯穿全书,作者增加了一系列的“甜与酸”的小插图,

帮助读者解决问题以及理解餐厅和宴会的服务方案。由于我们出版的《餐食服务职业的数学原则》中的“厨师长访谈”专栏备受读者欢迎,所以我们把这种形式的栏目也移植到本书中,在每一章增加了“经理访谈”专栏,这是摘录一些经理、厨师长或餐饮报刊的编辑等人在自己的实践中得出的关于服务重要性的论断。第二版的结构顺序是按照一个典型的服务流程编排的,作者在第三版作了修订,在此基础上,又增加了一个单独的服务员的服务方法及其责任,并且在本版中提示了第 86 这个概念的历史渊源。此外,我们还增加了如何循序渐进地利用计算机程序下订单。新的内容还包括如何开启酒瓶,以及有关宴会菜谱和保证人数等新信息。

全书内容分为相互关联的三个部分,以便论述相关的主题并便于学习。

本书第一部分“餐饮服务行业”包括五章。作者认为,读者有必要了解餐饮行业发展的历史和现状,以帮助他们提供优质的服务。我们完全修改了第一章,以期反映餐厅管理发展的现状。在第二章里,通过提供正反两方面有关卫生安全的案例和引用相关新的立法,再次强调了正确的公共卫生的重要性。在第五章里大量增加了有关葡萄酒服务的内容,更多地强调这方面的内容是由于美国大众对葡萄酒的喜爱大增,消费日益增长。

第二部分“餐厅管理”包含了四章内容,主要针对餐厅管理的程序和餐厅服务的正确方法。第六章反映了在这个行业中发生的主要变化以及现行的实际情况,增加了有关食物过敏方面的内容,阐述了这方面知识的重要性,同时也增加了一些有关餐桌和区域安排的图表。最大的变化是向读者提供了如何通过个人进行餐食服务,以及如何运用计算机软件系统(MICROS Point of Sale Computer System)进行订单等服务,在第八章里介绍了现行的预订、优先安排座位以及预订系统等信息。在第九章增加了餐厅管理中使用电子通信设备等内容。

第三部分“宴会管理”由四章组成,其焦点是讨论如何成功地举办一个宴会或为一个活动提供餐饮服务。在第十章里,我们增补的内容包括宴会服务行业使用的一些新办法,如确定保证出席宴会的人数以及区域式自助餐服务类型。第十一章、第十二章、第十三章增加的内容包括宴会摆台和服务的新方法,如在宴会上提供混合的主菜,而不是让客人进行二选一式的选择。

全书所包含的材料向学生们提供了出色的餐厅和宴会服务知识,使他们能够展示信心,运用技能,以便在今后的职业生涯中快速发展。服务的技能和烹饪技能一样,是使得餐饮服务得以成功的、关键因素之一。许多具有天分的餐饮服务专业人士在此行业中已获得了成功,其他一些人却失败了。作者想强调的是,开展成功的餐饮服务运营并不是简单地把食物摆在客人的面前。这本书

是一个“监护人”，我们知道读者会根据本书中介绍的有关服务方法对他们的员工进行培训，并会继续在餐厅和宴会管理中监控这些方法，以期为他们的客人提供优质服务。在你的职业生涯发展中，这本书将会成为一个有价值的工具。

作 者

目 录

第一部分 餐饮服务行业

第一章	服务的重要性	(2)
	学习目标	(2)
	当前与未来的服务要求	(3)
	提供优质服务的理由	(4)
	客人们如何看待服务	(6)
	餐饮服务行业如何看待服务	(7)
	谁来对优质的服务负责	(8)
	MBWA	(9)
	服务的定义	(9)
	什么是优质服务	(10)
	传授与培训服务员工	(11)
	什么是差的服务	(12)
	服务心理学	(14)
	无处不在	(18)
	成功的管理	(18)
	本章小结	(21)
	复习题	(22)
第二章	卫生和外观形象的重要性	(23)
	学习目标	(23)
	公共卫生	(24)
	细节是关键	(28)
	轮班期间的清洁	(31)
	我的员工闻起来怎么样	(31)
	使用与存放器皿、酒杯及盘子	(32)
	事前摆台	(34)

餐具的清洁(杜绝污垢)	(35)
宴会厅的清洁	(35)
公共卫生的关键	(36)
运用“关键因素事故分析”(HACCP)的重要意义	(38)
交叉感染	(38)
本章小结	(39)
复习题	(39)
 第三章 服务与摆台的风格	(41)
学习目标	(41)
服务名称的混淆	(42)
为什么会有认识上的混乱	(42)
有关女服务员的第一本书	(43)
服务的起源	(43)
早期的餐饮业	(44)
今日法式服务	(49)
俄式服务	(51)
俄式与法式服务的摆台	(52)
摆放台面	(54)
桌垫和台布	(55)
美式服务的历史	(58)
美式服务	(59)
宴会服务	(60)
美式宴会服务	(60)
俄式宴会服务	(62)
自助餐服务	(63)
本章小结	(64)
复习题	(65)
 第四章 正确的服务指南	(67)
学习目标	(67)
优质的服务	(68)
能力的重要性	(68)
如何获得能力	(68)
抹布	(71)
托盘	(72)
美式点菜服务与宴会服务指南	(77)
七条服务指南	(78)

法式与俄式服务指南	(87)
本章小结	(88)
复习题	(89)
第五章 服务的风格	(90)
学习目标	(90)
美式餐厅的服务风格	(91)
餐厅服务人员	(91)
成功的餐厅员工的条件	(91)
区域	(95)
安排区域	(98)
辅助工作	(99)
安排辅助工作的时间	(101)
餐馆经营的成功	(102)
餐饮服务	(102)
服务的方法	(103)
葡萄酒服务	(107)
本章小结	(111)
复习题	(112)

第二部分 餐厅管理

第六章 服务员培训	(116)
学习目标	(116)
经理的职责	(117)
就餐服务的组成部分	(117)
了解菜谱	(117)
服务员应当知道什么	(118)
推销餐饮	(127)
每日特餐	(129)
接受点菜	(131)
餐食服务:时机决定一切	(138)
计算机系统	(144)
向客人呈递账单并接受付账	(147)
本章小结	(147)
复习题	(149)

第七章	餐厅的组织结构	(151)
	学习目标	(151)
	餐厅主管	(152)
	餐厅主管的责任:管理的5个P	(161)
	餐厅的组织	(162)
	安排员工工作	(165)
	本章小结	(168)
	复习题	(169)
第八章	计划预订和预留餐桌	(170)
	学习目标	(170)
	决定是否应该接受预订	(171)
	接受预订	(172)
	不接受预订的政策	(178)
	预订餐桌与预留座位	(180)
	本章小结	(189)
	复习题	(190)
第九章	餐饮服务的管理	(192)
	学习目标	(192)
	餐厅的运作	(193)
	服务的七个禁忌	(193)
	问候致意	(197)
	安排座位	(198)
	安排客人所需要的表格	(199)
	通知客人餐桌准备就绪	(204)
	导引客人并安排客人就座	(206)
	信息交流	(206)
	餐厅的基层管理	(207)
	安排残疾人就座	(208)
	问题/麻烦客人	(209)
	无法承诺的预订	(211)
	餐厅主管的结尾工作	(211)
	工作日志	(213)
	营销你的业务	(214)
	本章小结	(215)
	复习题	(215)