

商业部系统中等技工学校

餐旅服务专业

教学大纲

中国商业出版社

19-41

YA538/13

92
F719-41
2
~

商业部系统中等技工学校

餐旅服务专业教学大纲

(试用)



中国商业出版社

B

245.37

登记证号：（京）073号

商业部系统中等技工学校
餐旅服务专业教学大纲

中国商业出版社出版发行
（北京复兴门大街45号）
新华书店总店科技发行所经销
人民交通出版社印刷厂印刷

787×1092毫米32开 6.26印张 115千字
1991年10月第1版 1991年10月第1次印刷
印数1—2000册 定价4.60元
ISBN7-5044-1255-4/G·93

说 明

餐旅服务专业主要专业基础课和专业课11门课程的教学大纲已经审定，自1991年秋季开始在我部系统中等技工学校执行，也可供同专业同层次其它类型的学校参考。

本专业大纲于1989年11月在徐州召开的教学计划审定会上进行了部署，随后确定了每门大纲的主编人。初稿起草后，先后经过课程小组和专业大组的讨论修改，最后由商业技工教材委员会总纂，报部教育司审定。整个过程贯彻了群众路线，集中了大家的智慧，基本上反映了现阶段本门学科的水平。

本专业大纲依据1990年3月部颁教学计划制订，力求吸收最新研究成果、现代管理知识和有关政策规定；力求贯彻理论联系实际的原则，加强实践性教学，在培养学生的动手能力上下功夫；力求协调各门课程之间和同课程各章节之间的衔接，避免不必要的重复，做到科学化、规范化、系列化。

本专业大纲均属新编，虽经过反复讨论，但仍然难免有错误和漏洞，而且随着经济技术的迅速发展，教学内容也需要不断更新、充实和提高，希望在执行中总结经验。如有意见可告我部教育司。

中华人民共和国商业部

1991年4月

目 录

餐旅服务基础知识.....	(1)
旅游基础知识.....	(22)
烹饪基础知识.....	(42)
餐旅接待英语.....	(57)
服务心理学.....	(65)
计算技术.....	(79)
电子计算机应用基础.....	(94)
客房服务	(110)
餐厅服务	(127)
餐旅机具使用与保养	(151)
餐旅服务实习教程	(171)

《餐旅服务基础知识》教学大纲

一、课程性质、任务和要求

《餐旅服务基础知识》是中等商业技工学校餐旅服务专业的专业基础课。

《餐旅服务基础知识》主要包括：餐旅业的发展、特点和作用、餐旅企业组织机构、餐旅企业类型与网点设置、采购与储存、市场营销策略、厨房生产、餐厅销售与服务、客房销售与服务、餐旅企业经营责任制、餐旅企业经济核算与经济效益等内容。

《餐旅服务基础知识》的教学任务是：通过教学使学生明确餐旅业在国民经济中的地位和作用、餐旅业是一个重要的社会行业，帮助学生树立牢固的专业思想；熟悉餐旅企业的基本业务过程，了解餐旅企业经营管理的基本知识，把学生培养成具有一定业务知识和管理常识的中级服务员。

在教学过程中，建议多采用录像片，图片、幻灯片及实地参观的教学方法，以帮助学生增长见识，学好本课程。

二、课时分配表

章次	内 容	课 时 数	
		三年制	二年制
一	餐旅业的发展、特点和作用	8	8
二	餐旅企业组织结构	2	2
三	餐旅业类型与网点设置	4	4
四	采购与储存	4	3
五	市场营销策略	4	3
六	厨房生产	8	6
七	餐厅销售与服务	4	4
八	客房销售与服务	4	3
九	经营责任制	2	2
十	经济核算与经济效益	6	5
机 要		8	6
合 计		54	45

三、课程内容

第一章 餐旅业的发展、特点和作用

教学目的要求：

使学生了解餐旅业的发展和现状，明确餐旅业在国民经济中的地位、作用、餐旅业经营方针，帮助学生树立牢固的专业思想。

教学内容：

第一节 餐旅业的发展

(一)餐旅业的概念

餐旅业是指餐馆、旅馆业，二者是饮食服务业中两个业务关系密切的自然行业。

(二)我国饮食业和餐旅业的发展

饮食业萌芽于商代；秦汉时期饮食业初具规模；隋唐五代饮食业已相当发达；南北宋是饮食业史上的重要时期；明代的官办饮食业；我国近代饮食业技术与经营并重；新中国饮食业的三个阶段。

(三)我国旅馆业的历史

古代的旅馆；近代的旅馆；新中国的旅馆。

(四)香港餐旅业

中西兼备：“食在香港”

(五)国外餐旅业

古代和近代；现代；中国餐馆在国外。

(六)现代餐旅业的发展趋势

方便、快捷；服务的高档化与经营的层次化；安全与卫生的要求。

第二节 餐旅业在国民经济中的地位和作用

(一)餐旅业属于第三产业

三个产业的划分；第三产业的层次；餐馆业属于第三产业第一层次，旅馆业属第二层次。

(二)餐旅业在国民经济中的作用

促进社会分工，实现家务劳动社会化，推动工农业生产发展；活跃市场，促进商品流通和城乡交流；为劳动就业开辟重要途径；促进旅游业发展，回笼货币，为四化建设积累资金。

（三）餐旅业经营方针

“面向人民大众，分级划类经营，发扬优良传统特色，适应多种类型消费者的需要”。

第二章 餐旅业的组织结构

教学目的要求：

使学生了解餐旅企业建立组织结构的原则，企业内部各层次机构的纵向关系，同一层次机构间的横向关系。

教学内容：

第一节 餐旅企业组织结构的原则

（一）餐旅企业组织的概念

企业的各部分各单位有机结合的构成状态，是机构设置、机构职权划分，各机构在企业中的地位与作用及其相互关系的总体体现。

（二）餐旅企业组织结构原则

精简、统一、自动调节、效率。

第二节 餐旅企业的机构设置

(一)企业内部机构的分类

业务经营机构；管理职能机构；行政事务机构。

(二)企业内部机构的层次关系

管理层次；层次关系是指挥上的职位阶层体系，是纵向关系；五种层次类型；指挥的对应面是服从。

(三)企业内部机构的环节关系

环节关系是横向的；环节的衔接与协调。

教学重点：

组织结构的纵横关系，内部分工与协作。

第三章 餐旅企业的类型与网点设置

教学目的要求：

使学生了解餐旅企业的不同类型，餐旅业网点设置的要求和依据，店址环境与经营方针的关系。

教学内容：

第一节 餐旅企业的类型

(一)企业类型划分的意义

划分类型是确定经营目标的依据；是确定经营服务方式的依据；是合理摆布网点的依据；是横向比较企业经济效益

的依据。

(二)餐旅企业类型划分

按档次；规模；隶属关系；所有制来划分。

第二节 餐旅业的网点设置

(一)餐旅业网点的概念

餐旅业网点中的单个餐旅企业或经营机构。

(二)我国饮食服务网点的概况

1956年以前；1956—1957年；1958—1960年；1961—1965年；1966—1976年；1978年以后。

(三)餐旅业网点设置的要求和依据

要求有利生产、合理布局、方便群众、符合经济核算原则；依据人口情况与购置力，原有网点情况。地理环境和社会环境。

(四)店址环境与企业经营方针

店址环境；地点效益；随着店址环境的变化及时调整经营方针。

第三节 餐旅馆的设计和设

(一)外观设计

门店外观由建筑物，招牌和门面装潢组成；建筑物外观，招牌和门面装潢。

(二)店内布局

店内布局；影响布局的外部因素和内部因素。

(三)设备配置

设备包括生产设备、电器设备、健身设备、家具设备、管道线路设备、消防设备、运输设备、娱乐设备等；设备的选择和配置要考虑适应性、方便性、节能性、安全性、环保性、成套性。

教学重点：

店址环境与企业经营方针。

第四章 采购与储存

教学目的要求：

使学生了解餐旅企业采购的作用，采购方针和业务过程；储存的意义和要求，保管方法和规章制度。

教学内容：

第一节 采 购

(一)采购是餐旅企业经营活动的起点

经营是从采购开始的：“大抵一席佳肴，司厨之功居其六，买办之功居其四。”

(二)采购为经营服务

采购应该围绕经营活动进行；采购要做到适用，适销、适时、适量。

(三)采购来源和采购方法

采购来源——按地区分、按渠道分；采购方法——计划与合同采购、定时与临时采购、坐店与上街采购、派员与函

电采购。

(四)经济合同

经济合同的内容；商业合同；合同的履行、监督和仲裁。

(五)采购管理

建立采购责任制；建立采购计划管理制度；建立采购合同管理制度；建立内部各部门间的工作联系制度；建立严格的采购验收制度。

(六)采购凭证传递

当地采购——向批发企业采购、向农贸市场采购；外地采购——自提、供货方发货。

第二节 储存与保管

(一)货品储存是企业经营的必要条件

储存可以解决采购的间歇性与经营的连续性之间的矛盾，保证经营正常运转。

(二)货品储存管理

储存数量管理；储存时间管理；储存结构管理。

(三)保管是货品储存的手段

保管工作的具体要求；库房和保管设备——库房分类，库内设施和设备，保管方法和保管制度。

第五章 市场营销策略

教学目的要求：

使学生了解现代市场营销、市场常识，树立市场观念和竞争意识。

教学内容：

第一节 市场营销

(一)市场营销的概念

市场营销是从国外引进的概念，原文是英文(marketing)。

(二)销售是餐旅企业营销的中心环节

(三)树立市场营销观念

市场营销观念——市场，市场营销概念。

第二节 餐旅市场营销

(一)市场分类

生活资料市场；生产资料市场。

(二)餐旅市场的特点

在购销过程中，兼有加工和服务，市场既是饮食品买卖的场所，也是消费场所；饮食市场是生活资料市场的特殊形式，服务市场是流通领域中劳务交换行为的总和。

(三)市场细分化

市场细分化是指企业在调查研究的基础上，根据消费者的需要，消费动机与消费习惯、爱好的差异，把市场划分成不同类型的消费者群，每个消费者群就是一个细分市场；市场细分化的标准。

(四)目标市场

目标市场是根据细分化标准选择的一个或一个以上的细分市场，以此作为企业营销的对象；目标市场应具备的条件。

(五)促进销售

促进销售的概念；公共关系；广告促销。

第三节 市场竞争策略

(一)价格竞争策略

价格竞争策略；价格竞争的限度。

(二)商品竞争策略

商品竞争策略，质量的竞争；创新的竞争；特色的竞争。

(三)服务竞争策略

培养企业与顾客之间的感情，促使其产生信任购买行为。

(四)餐旅市场预测

市场预测；市场预测的分类；市场预测的方法。

教学重点：

市场细分与竞争策略。

第六章 厨房生产

教学目的要求：

使学生了解厨房在餐旅企业中的地位和作用，厨房生产

业务和厨房管理的基础知识。

教学内容：

第一节 厨房在餐旅企业中的地位和作用

(一)厨房是餐旅企业的车间

(二)厨房决定饮食产品质量、影响企业经济效益。

第二节 厨房布局和设备

(一)厨房布局

厨房面积与餐厅面积之比应不小于1:3;厨房布局应考虑方便操作,以提高工作效率,合理利用空间,以提高厨房面积使用率,还应考虑有利于厨房卫生。

(二)厨房能源

能源的选用要根据国家法律和环保部门的规定,要考虑企业经济效益;厨房能源的分类图示。

(三)厨房设备

炉灶——传统炉灶和新式炉灶;炊具,中国铁锅是世界卫生组织推荐的理想炊具;工作台;厨用机械;储柜与搁架;通风与排风设备。

第三节 厨房生产业务

(一)厨房生产的特点

生产的品种多、数量少;生产的时间短促、集中、速度快;生产周期短;营业结束后,一般没有成品菜留厨;厨房

生产人员对成品质量负有完全责任。

(二)厨房业务

厨房生产的准备——物料准备、人员调度，日常准备和特别准备；厨房生产的实施——初加工、中加工、成熟及后处理；厨房生产的班后业务——清洁卫生工作、剩余原材料、半成品的处理和保存，次日生产的准备工作，安全检查。

第四节 厨房管理

(一)厨房劳动管理

厨房机构；人员分工情况及图示。

(二)厨房的技术管理和质量管理

按操作环节制定操作技术标准；按品种制定质量标准。

(三)厨房生产成本管理

成本核算制度的建立；制订产品成本计划；单位产品成本控制；原材料成本控制。

(四)厨房卫生管理

厨房环境卫生；餐具卫生；生产人员个人卫生；操作卫生。

第五节 厨房生产的现代化

(一)厨房设备的现代化

(二)厨房操作工艺的现代化

教学重点：

厨房生产业务和厨房管理。