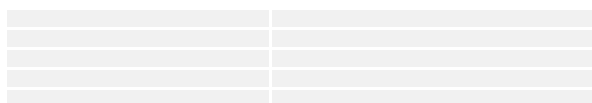


Podstawy gastronomii Mariola Milewska, Anna Prączko, Andrzej Stasiak

Książka stanowi kompendium wiedzy dotyczącej gastronomii. Zawiera on: historię gastronomii w Polsce i na świecie, podstawowe pojęcia stosowane w gastronomii, opis produktu gastronomicznego, prezentację produktu gastronomicznego od strony jego atrakcyjności w turystyce, wybrane organizacje i stowarzyszenia gastronomiczne, rolę informacji i promocji w gastronomii oraz trendy w rozwoju współczesnej gastronomii.

Podręcznik jest przeznaczony dla studentów uczelni turystycznych, hotelarskich, technicznych (np. kierunku technologia żywności), rolniczych, szkół policealnych o profilu gastronomicznym, turystycznym i hotelarskim oraz osób zarządzających obiektami gastronomicznymi.



Spis treści

Rozdział 1. Zarys historii gastronomii

- 1.1. Historia gastronomii na świecie
- 1.2. Historia gastronomii w Polsce

Rozdział 2. Elementarne zagadnienia gastronomii

- 2.1. Istota gastronomii i usługi gastronomicznej
- 2.2. Klasyfikacja placówek gastronomicznych
 - 2.2.1. Kryteria klasyfikacji placówek gastronomicznych
 - 2.2.2. Klasyfikacja branżowa placówek gastronomicznych
 - 2.2.3. Klasyfikacja urzędowa (prawna) placówek gastronomicznych
- 2.3. Ważniejsze pojęcia stosowane w gastronomii

Rozdział 3. Podstawowe wyposażenie gastronomiczne

- 3.1. Materiały stosowane do produkcji wyposażenia gastronomicznego
- 3.2. Podstawowe instalacje w gastronomii
- 3.3. Wyposażenie zaplecza
- 3.4. Wyposażenie frontu

Rozdział 4. Produkt gastronomiczny

- 4.1. Definicja i cechy produktu gastronomicznego
- 4.2. Poziomy postrzegania (wymiary) produktu gastronomicznego
- 4.3. Charakterystyka komponentów produktu gastronomicznego
 - 4.3.1. Asortyment potraw i napojów a karta menu
 - 4.3.2. Obsługa klienta
 - 4.3.3. Zewnętrzny wygląd obiektu
 - 4.3.4. Wystrój wnętrza
 - 4.3.5. Usługi dodatkowe

- 4.3.6. Inne cechy usługi
- 4.4. Cykl życia produktu gastronomicznego

Rozdział 5. Atrakcyjność produktu gastronomicznego w turystyce

- 5.1. Gastronomia a turystyka
- 5.2. Gastronomia jako produkt turystyczny
 - 5.2.1. Produkty proste: usługa i rzecz
 - 5.2.2. Produkt turystyczny - impreza (pakiet turystyczny)
 - 5.2.3. Produkt turystyczny - wydarzenie
 - 5.2.4. Produkt turystyczny - obiekt
 - 5.2.6. Produkt turystyczny - szlak
 - 5.2.7. Produkt turystyczny - obszar
- 5.3. Produkty tradycyjne i regionalne

Rozdział 6. Ważne osobistości świata gastronomii

- 6.1. Święci i patroni gastronomii
 - 6.1.1. Św. Marta
 - 6.1.2. Św. Sabina
 - 6.1.3. Św. Maciej Apostoł
 - 6.1.4. Św. Wawrzyniec
 - 6.1.5. Św. Jan Leonardi
 - 6.1.6. Św. Klemens Hofbauer (Dworzak)
- 6.2. Wielcy europejscy gastronomicy
 - 6.2.1. Gillaume Tirel (Taillevent)
 - 6.2.2. M. Boulanger
 - 6.2.3. Anthelme Brillat-Savarin
 - 6.2.4. Marie Antoine Careme
 - 6.2.5. Franz Sacher
 - 6.2.6. Auguste Escoffier
 - 6.2.7. Paul Bocuse
- 6.3. Wielcy polscy gastronomicy
 - 6.3.1. Mikołaj Wierzynek
 - 6.3.2. Stanisław Czerniecki
 - 6.3.3. Jerzy Franciszek Kulczycki
 - 6.3.4. Wojciech Wincenty Wielądek
 - 6.3.5. Lucyna Ćwierczakiewiczowa
 - 6.3.6. Edward Pomian Pożerski (Edouard de Pomiane)
 - 6.3.7. Zdzisław T. Nowicki
 - 6.3.8. Kurt Scheller

Rozdział 7. Organizacje i stowarzyszenia związane z gastronomią i gastronomiczne

- 7.1. Międzynarodowe organizacje i stowarzyszenia
 - 7.1.1. Światowa Organizacja Zdrowia (WHO)
 - 7.1.2. Organizacja Narodów Zjednoczonych do Spraw Wyżywienia i Rolnictwa (FAO)
 - 7.1.3. Międzynarodowe Zrzeszenie Hotelu i Restauracji (IH&RA)
 - 7.1.4. Konfederacja Krajowych Stowarzyszeń Hotelu i Restauracji we Wspólnocie Europejskiej (HOTREC)

- 7.1.5. Światowa Organizacja Stowarzyszeń Kucharskich (WACS)
- 7.1.6. Europejskie Stowarzyszenie Nowoczesnych Restauracji (EMRA)
- 7.1.7. Międzynarodowe Stowarzyszenie Barmanów (IBA)
- 7.2. Organizacje i stowarzyszenia gastronomiczne w Polsce
 - 7.2.1. Polska Izba Gospodarcza Restauratorów i Hotelarzy (PIGRiH)
 - 7.2.2. Polskie Stowarzyszenie Pracowników Hotelarstwa i Gastronomii (PSPHiG)
 - 7.2.3. Ogólnopolskie Stowarzyszenie Szefów Kuchni i Cukierni (OSSKiC)
 - 7.2.4. Stowarzyszenie Polskich Kucharzy i Cukierników (SPKiC)
 - 7.2.5. Stowarzyszenie Polskich Barmanów (SPB-PBA)
 - 7.2.6. Stowarzyszenie Sommelier Polski (SSP)
 - 7.2.7. Polska Izba Produktu Regionalnego i Lokalnego (PIPRiL)

Rozdział 8. Promocja i informacja w gastronomii

- 8.1. Promocja
 - 8.1.1 Definicja i rodzaje działań promocyjnych
 - 8.1.2. Reklama
 - 8.1.3. Public relations
 - 8.1.4. Sprzedaż osobista
 - 8.1.5. Promocja sprzedaży
 - 8.1.6. Targi gastronomiczne
- 8.2. Źródła informacji branżowej

Rozdział 9. Trendy w rozwoju gastronomii

- 9.1. Megatrendy wpływające na sektor gastronomiczny
- 9.2. Demografia
- 9.3. Ekonomia
- 9.4. Świadomość, edukacja
- 9.5. Zdrowie
- 9.6. Styl życia
- 9.7. Zwyczaje żywieniowe
- 9.8. Turystyka, czas wolny
- 9.9. Sztuka i kultura
- 9.10. Technologie informatyczne
- 9.11. Ekologia (ochrona środowiska - zrównoważony rozwój - naturalna żywność)