

DEEL A BEDRJF EN HET FINANCIËLE PROCES

HOOFDSTUK	1	BEDRIJFSORGANISATIE EN BEDRIJFSVOERING	15
	1.1.	Inleiding	15
	1.2.	De plaats van het management	15
	1.3.	Invloeden van buitenaf	17
	1.4.	Het management	19
	1.5.	Managen van dienstverlenende organisaties	22
	1.6.	Het managen van afdelingen	23
	1.7.	De relatie tussen de afdelingen	26
	1.8.	Voorbeelden van organogrammen	30
HOOFDSTUK	2	ALGEMEEN & FINANCIËEL MANAGEMENT	31
	2.1.	Inleiding management	31
	2.2.	Algemeen management	32
	2.3.	Financieel management	36
	2.4.	Kostprijs en verkoopprijs	36
	2.5.	Bezittingen en vermogens	37
HOOFDSTUK	3	KOSTENSOORTEN	45
	3.1.	Opbrengsten en kosten	45
	3.2.	De kosten van de grondstoffen en hulpstoffen	45
	3.3.	Kosten van arbeid	50
	3.4.	Kosten van grond (vestigingsplaats)	51
	3.5.	Kosten van diensten van derden	51
	3.6.	Kosten van belastingen	52
	3.7.	Kosten van rente	52
	3.8.	Kosten van duurzame productmiddelen	52
HOOFDSTUK	4	DUURZAME PRODUCTIEMIDDELEN	53
	4.1.	Inleiding	53
	4.2.	Kosten van duurzame productiemiddelen	54
	4.3.	Afschrijvingskosten	54
	4.4.	Rentekosten	56
	4.5.	Complementaire kosten	57
	4.6.	Berekening van de economische levensduur (ELD)	57
HOOFDSTUK	5	CONSTANTE EN VARIABELE KOSTEN	61
	5.1.	Inleiding	61
	5.2.	Constance en variabele kosten	61
	5.3.	Variabele kosten	62
	5.4.	Constance kosten	63
	5.5.	De standaardkostprijs	64
	5.6.	Bezettingresultaten	64
	5.7.	Break-even-analyse	65

HOOFDSTUK	6	BUDGETTERING	67
	6.1.	Inleiding	67
	6.2.	Planning, begroting en budget	67
	6.3.	Masterbudget	68
	6.4.	De organisatorische redenen van budgetteren	68
	6.5.	Kostencalculatie en kostenbudgettering	69
	6.6.	Methoden van kostenbudgettering	70
	6.7.	Voorcalculatie en nacalculatie	72
HOOFDSTUK	7	MENU-ENGINEERING	75
	7.1.	Inleiding	75
	7.2.	Wat is menu-engineering	75
	7.3.	Categorieën	79
	7.4.	De puntjes op de I	81
	7.5.	Stappenplan voor menu-engineering	82
HOOFDSTUK	8	KOSTENBEHEERSING EN KWALITEITSVERBETERING	85
	8.1.	Efficiënt of effectief?	85
	8.2.	Kostenbewust werken	87
	8.3.	Kwaliteitszorg of kwaliteit?	90
HOOFDSTUK	9	INLEIDING FINANCIERING	93
	9.1.	Inleiding	93
	9.2.	Passieve en actieve financiering	93
	9.3.	Eigen vermogen	94
	9.4.	Vreemd vermogen	94
	9.5.	De financiering	96
	9.6.	Liquiditeit	97
	9.7.	Solvabiliteit	98
HOOFDSTUK	10	FINANCIERING B.V. / N.V.	99
	10.1.	Inleiding	99
	10.2.	Maatschappelijk kapitaal	100
	10.3.	Reserves	100

DEEL B **BEDRIJF EN DE GAST**

HOOFDSTUK	11	GASTVRIJHEIDSKUNDE	105
	11.1.	Inleiding	105
	11.2.	Gastvrijheidskunde	107
	11.3.	Gasten en klanten	109
	11.4.	Gastheer en gastvrouw	109
	11.5.	Gastvrijheidsmodel	111
HOOFDSTUK	12	GASTHEERSCHAP	113
	12.1.	Inleiding	113
	12.2.	Profielschets gastheer	113
	12.3.	Commercieel gastheerschap	117
	12.4.	Representatief gastheerschap	120

HOOFDSTUK	13	PERSOONLIJKE OMGANG	121
	13.1.	Inleiding	121
	13.2.	Omgangsbepalende factoren	121
	13.3.	Omgangsnormen en omgangsregels	123
HOOFDSTUK	14	Persoonlijke omgang	125
	14.1.	Inleiding	125
	14.2.	Omgangsbepalende factoren	125
	14.3.	Omgangsnormen	127
	14.4.	Omgangsnormen en omgangsregels	128
	14.5.	Berdijfstypen en omgangsregels	129
	14.6.	Toepassing van omgangsnormen/omgangsregels	130
	14.7.	Omgaan met koninklijke gasten	133
	14.8.	Omgaan met buitenlandse gasten	134
HOOFDSTUK	15	BASISPRINCIPES	137
	15.1.	Inleiding	137
	15.2.	Etiquette	137
	15.3.	Kleding en uiterlijke verzorging	141
	15.4.	Onthaal	143
	15.5.	Huisstijl	145
	15.6.	Telefoon	146
HOOFDSTUK	16	KWALITEITSMANAGEMENT	147
	16.1.	Wat is kwaliteit?	147
	16.2.	Kwaliteit is subjectief	148
	16.3.	Prijs-kwaliteitverhouding	149
	16.4.	Kenmerken van diensten	149
	16.5.	Kwaliteitsbewaking	152
	16.6.	Onderzoek naar behoeften, wensen en ervaringen	153
	16.7.	Kwaliteitszorg in de bedrijfsvoering	159
	16.8.	Kwaliteit en personeel	160
HOOFDSTUK	17	INTRODUCTIE SERVICE MINDED THINKING	161
	17.1	Doelstellingen	161
	17.2	Inleiding	161
	17.3	Service minded thinking (SMT) in the hospitality industry	162
	17.4	Informatiebronnen	164
HOOFDSTUK	18	BASISELEMENTEN VAN GASTHEERSCHAP	167
	18.1	Doelstellingen	167
	18.2	Inleiding	167
	18.3	Basiselementen gastheerschap	167
	18.4	Focus op het kopen, niet op het verkopen	168
	18.5	Verkopen	168
	18.6	Right mind-set	170
	18.7	Sales process	171
	18.8	De zeven gouden regels tijdens het sales process	172
	18.9	Informatiebronnen	173

HOOFDSTUK	19	SALES SUCCES	175
	19.1	Doelstellingen	175
	19.2	Inleiding	175
	19.3	Sales succes: KMR	175
	19.4	Knowledge	176
	19.5	Messaging	177
	19.6	Relationships	178
	19.7	Het opbouwen van positieve relaties	179
	19.8	Informatiebronnen	180
HOOFDSTUK	20	HET BELANG VAN ONZE WIJZE VAN COMMUNICEREN	183
	20.1	Doelstellingen	183
	20.2	Inleiding	183
	20.3	Wijze van communiceren: Model van Leary	183
	20.4	Informatiebronnen	185
HOOFDSTUK	21	KLEDING EN HYGIËNE	187
	21.1	Doelstellingen	187
	21.2	Inleiding	187
	21.3	Informatiebronnen	187
HOOFDSTUK	22	KLACHTENAFHANDELING	191
	22.1	Doelstellingen	191
	22.2	Inleiding	191
	22.3	Klachtenafhandeling	191
	22.4	Informatiebronnen	193
HOOFDSTUK	23	INTRODUCTIE EN INWERKPERIODE	195
	23.1.	Inleiding	195
	23.2.	De leidinggevende als mentor en coach	195
	23.3.	Introductie	197
	23.4.	Opstellen inwerkplan	202
HOOFDSTUK	24	COMMUNICATIE	205
	24.1.	Inleiding	205
	24.2.	Communicatie	205
	24.3.	Ontwikkelen van communicatieve vaardigheden	207
	24.4.	Professionele communicatie	213
	24.5.	Gesprekken	215
	24.6.	Formele en informele interne communicatie	216
	24.7.	Werkoverleg	217
	24.8.	Functioneringsgesprek	224
	24.9.	Beoordelingsgesprek	228
HOOFDSTUK	25	TEAMBUILDING	237
	25.1.	Inleiding	237
	25.2.	Gemotiveerde werknemers zijn belangrijk!	237
	25.3.	Hoe je een werknemer kunt motiveren	240
	25.4.	Het team	246
	25.5.	Team-eisen	246
	25.6.	De rol van ieder teamlid	247
	25.7.	Ontwikkelingen binnen een team	248
	25.8.	Conflicten	249