

Sadržaj:

UVOD.....	3
1. OPSTA PRAVILA ZA SASTAVLJANJE I PISANJE MENIJA.....	5
2. OPŠTE VRSTE I ZNAČAJ RAZLIČITIH MENIJA.....	11
3. PRIMJER: Nacionalni meni.....	15
4. KARAKTERISTIKE JELA I PIĆA IZ PRILOŽENOG MENIJA...	16
5. NAPLATA COUVERT- a, I NAČINI NAPLATE OBROKA.....	19
ZAKLJUČAK.....	21
LITERATURA I IZVORI.....	22

MENIJI I VRSTE MENIJA

UVOD

Meni – jelovnik za određeni obrok , je izbor grupe jela po određenim gastronomskim pravilima za određeni obrok, a ima najmanje tri odgovarajuća jela u okviru njega. To je u stvari pisani popis jela, pića i ostalih usluga koje gostu stoje na raspolaganju u nekom ugostiteljskom objektu. Sastavljen je prema određenim pravilima ugostiteljske struke sa ciljem da se gostu na što pregledniji način predoči izbor ponuđenih jela, i da kroz njega učini svoj izbor.

Privlačno oblikovan, čitljiv i jasan meni, sa kvalitetnim opisom jela, tačnim prevodima na strane jezike, ponekom sitnicom koja će zaintrigirati gosta i potstaci na konzumaciju o kojoj nije razmišljao, važan je dio ponude restorana i njegovog imidža.

Ipak, teško je protivrječiti utisku da se u velikom broju nasih restorana, pizzerija, i drugih ugostiteljskih objekata oblikovanju jelovnika i menija pridaje vrlo malo pažnje. Vlasnici ih najčešće sami oblikuju , a uz to prečesto zaboravljaju kako je to prvo što gost uzima u ruke, i kako se kroz taj prvi utisak može privući ili odbiti gost. Neuredan, loše posložen meni-jelovnik sigurno neće u gostu izazvati impresiju kako je jelo koje slijedi odlično.

Iako možda u manjini, postoje i ugostitelji koji su uvidjeli kako dobro i kvalitetno oblikovan i osmišljen meni može gosta ne samo natjerati da se vrati, jer ga je opis nekog jela dovoljno zaintrigirao, već i da potroši više jer mu se sve čini izvrsnim. Jelovnik je jedan od osnovnih marketinških elemenata “unutar kuće”, kojim se može postići isto koliko i reklamom, vizit kartom, prospektom ili internet prezentacijom.

Ugostiteljski objekti moraju imati dovoljan broj primjeraka sredstva ponude jela primjereno broju gostiju koji dolaze u objekat. Sredstva ponude sa kojima objekat raspolaže obavezno se stavljaju na uvid gostu prije

preuzimanja narudžbe, tj. “ prodajnog razgovora”. Ponuđene usluge kroz sredstva ponude moraju se poslužiti gostu na zahtjev. Na sredstvima ponude treba biti naznačeno da li su u cijenu uključeni: posluživanje (servis), postavljanje (couvert) i porez na promet.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com