

食堂美食节活动策划方案 学校食堂策划方案(优秀5篇)

方案在各个领域都有着重要的作用，无论是在个人生活中还是在组织管理中，都扮演着至关重要的角色。我们应该重视方案的制定和执行，不断提升方案制定的能力和水平，以更好地应对未来的挑战和机遇。下面是小编为大家收集的方案策划范文，供大家参考借鉴，希望可以帮助到有需要的朋友。

食堂美食节活动策划方案篇一

为保证师生能吃上经济、实惠、可口的饭菜，充分体现公平、公开、公正的竞争原则，根据相关文件精神，学校决定与有资质，有相关工作业绩的饮食服务公司洽谈学校本部、分部食堂托管经营的事宜，现将有关事项说明如下：

由饮食服务公司委派专业厨房工作人员及管理人员到学校进行专业厨房管理、经营，为学校师生员工提供优质的膳食服务。由饮食服务公司每月按食堂营业收入的固定百分比向学校上交管理费、餐具折旧费。托管经营时间原则上为一年一签□x年x月x日到x月x日补课期间为餐饮服务公司托管经营食堂的试用期。在试用期内，师生对食堂食品、卫生大部分满意，学校方能与餐饮服务公司签订正式食堂托管经营合同。一年后，如师生对食堂食品质量、服务质量及卫生的测评达到较高满意度，（由学校与餐饮服务公司一起对师生进行满意度测评），学校可与餐饮服务公司签订3年合同。

由学校组织教师代表与有意向托管经营学校食堂的饮食服务公司一对一洽谈托管经营事宜。

- 1、饮食服务公司托管经营其他学校食堂的成功经验。
- 2、饮食服务公司如托管经营我校食堂的经营理念、经营模式

和增加花色品种和提高饭菜质量的具体做法。

3、饮食服务公司对食品原辅料进货渠道的把关控制。

4、饮食服务公司的托管经营我校食堂每月交纳的管理费、折旧费标准及交纳方式。（食堂营业收入的固定百分比）。

5、饮食服务公司供餐标准

（1）饮食服务公司的托管经营我校食堂一日三餐的花色品种、大众套餐（一荤一素、一荤两素、两荤两素）的售卖给价格。

（2）早餐主食品种不少于4样，中餐及晚餐主菜副菜品种不少于16样，三天内没有重复。米饭不限量供应（中餐及晚餐有免费汤供应）。为满足不同消费群体的要求，在条件许可下可向师生供应各种小炒、特色菜、面食共师生自由选择。

（3）饮食服务公司要本着服务教育、薄利多销的经营原则，其毛利不得高于20%。餐饮服务公司要阐述其具体的经营成本控制措施。

x年x月x日上午8：30开始，学校二楼会议室

法人授权的委派书及法人和受派人的身份证复印件。

（一）饮食服务公司

1、餐饮服务公司须遵守《中华人民共和国食品安全法》、《中华人民共和国劳动法》等相关法律，在法律允许许可的范围内自主经营。

2、饮食服务公司须按学校规定的作息制度按时做好供餐工作，遇特殊情况应予以配合供餐，所经营的品种不得与学校小卖部经营的品种相同。

- 2、饮食服务公司须每月向甲方提供“成本核算经营表，每周一上午向学校员工公布本周每日食谱，认真执行合同约定的供餐售卖标准、份量，提高饭菜质量，做到可口、卫生、花色品种丰富。
- 3、做好厨房卫生工作，餐具每天、每餐专人消毒，并认真做好消毒登记；厨房工作人员均持健康证、穿整洁工作服上岗，并遵守学校一切规定。
- 4、蔬菜、肉类、油类等食品的进货渠道要公开张贴，要获得食药局监认。
- 5、饮食服务公司提供的食品必须符合卫生要求，并做好食品的保鲜、留洋。如售卖的食品不清洁或变质、过期，累计发现三次解除合同。如造成严重后果须承担全部经济和法律責任。
- 6、餐饮服务公司设专人代表与学校协调生活改善事宜，并不断听取多数员工意见进行改进。
- 7、配合学校作好与食堂、卫生等相关的迎检工作。
- 8、饮食服务公司在托管食堂期间要做好所聘用员工的安全教育，其人员发生的任何意外事故均由公司自行负责。

（二）学校

- 1、学校需为饮食服务公司提供厨房现有厨具、水电、燃料、住宿。
- 2、学校管理人员可进入食堂并对厨房采购、食品原辅料、所售卖食品、餐具消毒及厨房就餐卫生进行监督检查，提出整改意见，饮食服务公司必须马上予以整改。

食堂美食节活动策划方案篇二

管理方：（甲方）

经营方：（乙方）

根据上级文件精神，为了进一步办好食堂，改善师生生活，为教育教学工作服务。在甲方管理下，雇用（以下简称乙方）经营。为了明确甲乙双方的责任和权利关系，经双方协商特定如下条款，共同遵守执行。

一、甲方的权力与义务

- 1、甲方于___年___月___日将食堂内场地提供给乙方使用。
- 2、甲方允许乙方在食堂内经营饮食。
- 3、甲方向食堂提供水源、电源。
- 4、甲方对乙方经营的食堂存在卫生、质量、价格、服务态度等方面有检查监督权力，乙方应服从甲方职能部门管理。
- 6、乙方对食堂的水、电装修及房屋结构改造需经甲方同意后 方可施工，不得私拉、乱盖。

二、乙方的权力与义务

- 2、乙方必须按甲方规定的作息制度做好供餐工作，遇特殊情况应予以配合供餐。在水电供应正常的情况下，乙方应严格按时供餐，否则甲方有权对乙方处以每次500元的罚款。如遇 停水、停电甲方应及时通知乙方，并共同商讨解决办法。
- 3、乙方提供的食品必须符合卫生要求，并做好食品的保鲜。甲方发现食物清洗不洁，每次处以200元的罚款；若发现乙方

采购变质或过期食品，甲方有权要求乙方就地销毁，并每次处以1000元的罚款，累计发现三次则予解除合同；若因乙方提供不符合卫生要求饭菜造成甲方师生、员工食物中毒，则乙方必须承担全部的法律和经济责任，甲方有权解除承包合同，并赔偿甲方的经济损失。

4、乙方必须按时向甲方提供“成本核算分析表”，每天要报送实际使用的食品数量和单价给甲方，并公布菜谱，以便于甲方对乙方饭菜质量的监督。

5、经营期内食堂内的甲方固定资产由乙方负责管理使用，维修年检一切费用由乙方自己承担。乙方应于__年__月__日前取得卫生部门颁发的卫生许可证，从业人员个人健康证。乙方逾期无法办理卫生许可证及从业人员健康证，甲方有权责令乙方整改。因乙方不具备上述两证而被卫生防疫部门处罚，乙方应负全部责任。

6、食堂的电费、水费由乙方自负，并按季度上交甲方财会室。

7、食堂内粗加工间、更衣间、仓库、面点间等功能区区分应明

8、乙方应认真做好防火、防盗及有关安全工作，工作人员的安全教育，规范操作，若出现安全事故，其责任完全由乙方承担。

9、经营期满合同终止后，，甲方所有固定资产应完好交还学校，否则甲方将按实际收取修理费或赔偿费。

10、乙方在经营期内对食堂经营负全责。乙方因违反《食品卫生法》、《环境保护法》、《学校食堂与学生集体用餐卫生管理规定》给学校及师生造成损失，乙方应负相关法律责任及全部经济责任。

11、若工商、税务、卫生等校外行政部门需要收取有关费用（含税费）由乙方自负。

三、经营期限

从__年__月__日起至__年__月__日止。

四、管理费金额管理费用金额每年经营总额的百分之六。

甲方（公章）：_____乙方（公章）：_____

法定代表人（签字）：_____法定代表人（签字）：_____

_____年__月__日_____年__月__日

食堂美食节活动策划方案篇三

本项目计划开一家大学校园餐厅，该餐厅位于盐城师范新长校区内，主要经营早餐、午餐、晚餐，以及夜宵和各种饮品。对于盐师新校区的学生来说，吃饭门口的流动摊点又不卫生安全，平时想聚个餐，120且一点也不油腻，而且对于女生来说，早晨醒来最好要喝一杯温热的蜂蜜水，这样既有益于皮肤，又有益于顺肠排毒，因此本餐厅每天早晨特免费为每一位来就餐的顾客提供一杯温热的蜂蜜水。

而本餐厅的午餐和晚餐则以中餐为主。很多同学经常会抱怨学校食堂每天都是一样的菜，6样与530热菜，然后每月进行统计，淘汰1—2在30且本餐厅在各时点均提供各种饮品。夏天的时候，本餐厅可提供各种冷饮，如水果杯，刨冰，冰奶茶等。而冬天的时候则可提供各种热饮，如热咖啡，热奶茶，热柚汁等。此外，本餐厅特为女生供应美容养颜的蔬果粥，蔬果饮品等。

本餐厅装饰自然，随意，同时负有现代气息，墙面采用偏淡的温色调，厨房布置合理精致，采光性好，整体感观介于家庭厨房性质与酒店厨房性质之间。

二、餐厅介绍

本餐厅取名为“第三地”，意为学生在学校除了宿舍和班级常去的第三地，给学生一种归属感和亲切感。

我们餐厅的经营理念是让学生感受别样的我们。

(一) 别样的产品

具有美容养颜功效的蜂蜜水，以及每日不一样的特色菜，让顾客品尝到不一样的味道与感受。而且西餐部分给学生准备了不一样的氛围。

(二) 别样的服务

提供网上订餐，电话订餐以及外带服务，从细微之处为顾客着想，切实让顾客感受到我们不一样的服务。

(三) 别样的环境

本餐厅的装修风格简单却又不失前卫，朴素却又不失个性。充分体现学生群体的个性特征，迎合他们的喜好。

三、餐厅的人事和组织结构

会员会在节日以及生日那天得到丰厚的折扣和优惠。会员消费累计满一千元，即可享受8.8折优惠。

餐厅工作人员的工资：店长本人担任，厨师每月三千，服务员每月一千五，收银员每月一千一。同时，我还会找学校里的学生打打临时工，每小时七元，包午餐。

四、店面设计

(一)视觉识别

店名：“第三地”。一方面和自己的经营业务有紧密的相关，另一方面要照顾到经营的场所是在校园内部，要贴近校园特色，易于为校园群体喜爱和接受，店名既有格调，又意味悠长。

logo[]如果有可能，应该为自己设计logo[]并且贯穿始终。例如餐厅餐具上，名片上，服装上，等等。

颜色：以黄色，红色，橙色等暖系色调为主，辅以轻快活泼的冷系色调。彰显时尚，潮流，雅致，品位。

(二)店面布??

自己喜爱的角落和桌位。

灯饰和灯光：灯饰是餐厅装饰的重要元素，选择各种不同样式的灯饰可以有效增加餐厅的美感。灯光是重要部分，可以选择不同颜出餐厅宜人的气氛。同时，自己的空间按照自己的要利。

墙面装饰和窗帘：按照季节及时调整，烘托餐厅气氛的色的灯光，烘托顾客应该保留在求调节灯光的便各种织物材质，图案，颜色尽量显得和谐，显示餐厅的格调，贴近消费者感官享受。

桌位：桌位设计和摆放应该总体上和谐，个体上有差异，避免给消费者大排档那样的感受。

工艺品摆放：工艺品的选择应该贴近餐厅气氛和消费者偏好，烘托出餐厅的品位。

餐具：干净，整洁，应该体现餐厅特色或者形象。

背景音乐：以浪漫，柔和的轻音乐为主，响度适中，切合季节变化和餐厅格调。

五、餐厅市场分析

食品，并且同时为各学校提供一定的勤工助学岗位，帮助贫困生更好的完成学业。

swot分析法

六、本餐厅的营销策略

(一) 定价策略

本餐厅价格适中，然而相对于所提供的产品与服务而言，性价比较高。本店

中餐采取点菜和套餐两种模式，同学们可自主选择。而且我们赠送免费的汤和小

菜。西餐可能价格较贵，适用于同学们生日或者请女朋友吃饭时采取。

(二) 促销策略

前期宣传：广告促销为主，大规模，高强度，投入较大。主要通过发放传单进行宣传，宣传单上要主要突出本餐厅的特色与开业期间的优惠活动。开业前三天在本餐厅消费满50元以上者可赠送一张10元优惠券。

后期宣传：重视已有顾客关系管理，借此进行口碑营销。定期进行具体活动的策划和组织，通过活动时提醒顾客的消

费意识。可赞助学生社团活动。

(三) 服务特色

任何一家餐厅如果没有良好的服务就不能长久兴旺地生存，服务的背后其实是员工的态度，只有员工满意，才能让顾客满意。因此我们要对员工进行培训和激励，先培训后上岗，同时门店制定细化标准以供实施操作与监督考核。有了满意的员工，我们就能为顾客提供良好的服务，高品质的菜肴。而我们的服务特色就是要从细微之处体现专业，站在顾客的立场去移情设想，及时的去了解和提供客人所真正所需。我们的特色服务项目则是网上订餐业务(一次性订餐50元以上才送)。现在很多学生越来越依赖于网络，尤其周末的时候甚至愿意窝在寝室而不愿意出去，然而吃饭问题却不能解决。现在只要登陆本餐厅的主页，点击“网上订餐”，即可选择所需的餐点以及数量，再填写一下寝室号就可轻松完成，送餐上门后付款。另外也可电话订餐，我们有专门配有2名送餐人员。

七、财务规划

(一) 初始阶段的成本主要是：场地租赁费用(一万)，餐饮卫生许可等证件的申领费用、场地装修费用(5000元)，厨房用具购置费用、基本设施费用(5000元)等。据计算可初步得出餐厅开业启动资金约需20000元，资金来源是父母，我想可以先跟他们借。

(二) 运营阶段的成本主要包括：员工工资，物料采购费用，水电燃料费，固定资本等。

(三) 每日经营财务预算及分析

据预算分析及调查，可初步确定市场容量，并大致估算出每日总营业额约

5000元，收益率30%，毛利润约1500元。由此可计算出投资回收期约为一个月。

八、风险与风险管理

(一) 市场风险

市场风险主要来自于两个方面：一是由于竞争者的存在而导致销售不足，从而引起销售收入下降；二是由于原材料价格的上升而导致成本急剧增加。

(二) 内部管理风险

伴随着餐厅每日的经营活动，组织结构、管理方法等可能不适应不断变化的内外环境，这也许会面临一定的风险。

(三) 对餐厅关键人员依赖的风险

一般而言，餐饮业对其厨师的依赖性特别严重。因为一家餐厅经营的好坏与其所提供产品的味道息息相关，而这主要是由厨师来掌控的。因此，厨师作为餐厅中的关键人员，可能会对他们的依赖性偏大。若有厨师离职，则可能会面对一定的风险。

(四) 应对措施

1、市场风险应对措施

保持本餐厅特有的服务与食品特色，采取差异化战略，在其他竞争者形成不可替代的地位，以此来面对销售收入下降的风险。另一方面，要与食品原材料供应商形成良好的关系，建立完善的供销制度，保证以最低价格采购到质量较高的原材料。但也不可只由一家供应商供货，万一这家供应商断货，则可能会带来很严重的后果。

2、内部管理风险应对措施

采取内部培训、外部培训等多种措施，提高管理团队的整体素质；倡导组织创新、思想创新，以适应不断变化的外部环境。

3、对餐厅关键人员依赖的风险

与餐厅关键员工签订劳动协议，若由其不正当理由或无故离职的，应由其赔偿相应的损失。

九、计划与展望

(一)初期(1-6月)

餐厅刚刚起步，最主要的是吸引顾客，可以做多一点广告，多办一些活动，增加知名度。树立良好的信誉和形象，以助未来的发展。

(二)中期(1年)

巩固、扩展已有的市场分额，进一步健全餐厅的经营管理体制。着手准备品牌扩张所必须的企业形象识别系统、统一的特色优势餐品、统一的管理模式等方面的建设。

(三)长期(3年)

届时，餐厅运营已经步入稳定良好的状态，随着企业的势力与影响力的增强，服务范围不再能满足潜在顾客的需要时，以特许经营的方式，开拓新的市场空间，扩大餐厅的辐射范围和影响力。可以考虑开个分店之类的。

我还会用pdca循环分析法来不停地执行、检查分析我的餐厅发展

食堂美食节活动策划方案篇四

- 1、贵公司提供厨房、餐厅、厨具设备，有条件者并提供厨房员工宿舍；
- 2、贵公司免费提供水、电、燃料费用或根据厂方实际情况另定。
- 3、根据厂方实际情况制定伙食标准，其余费用均由我公司承担（包括员工工资、福利、保险等）

上海永膳餐饮管理有限公司（021-35903737）是经工商注册的专业化承包及管理企事业单位、机关、学校、医院职工食堂的餐饮的'连锁机构企业。为适应企事业单位后勤社会化管理市场的需要，我们在致力于传统食堂承包的基础上嫁接现代管理手段，先后在华东、华南地区初步形成了以上海、苏州为中心的管理辐射网络，分别在南京、常州、镇江、嘉兴、丹阳、杭州设有办事处，并与全国100多家公司企业签定了供餐合同，实现了统一管理、连锁经营。

“顾客满意”是我企业的生命根源，本着“卫生第一、规范管理、优质服务、科学营养”的宗旨，坚持诚信经营理念，为各企事业单位员工提供舒适整洁的就餐环境、精致可口的菜食点心和热情周到的优质服务。

公司下设总经办、人力资源部、开发部、财务部、厨政部、培训中心、配送中心7机构。其中大专以上学历9人、中等专业学历15人；从事餐饮食品行业十五年以上2人、八年以上5人，五年以上6人。平均年龄32岁，具有学历较高、经验丰富、年龄结构合理化的特点。公司一贯坚持“以人为本”的经营思想，以“凝聚一流人才，创一流企业”为宗旨，注重人才培养及人才储备工作，练就公司高级管理人才，云集各方精英。公司以人力资源优势为先，树立品牌形象，不断拓宽市场，建

立人才信息库，并借鉴先进管理经验，开拓一条顺应市场、迎合顾客个性化服务的经营之路。

不管最终商定何种承包合作方式，本公司将运用在餐饮服务上的先进管理经验、管理制度、专业的管理和技术人才，确实为您减少后勤工作上的管理麻烦，使您和您的员工在膳食方面无后顾之忧，全心全意投入生产工作和开拓创新。

食堂美食节活动策划方案篇五

秋至，火锅类产品的销售旺季已经来到，如何吸引淮安市场已经成为重中之重!如何在对手有市场动作之前发挥现有优势，抢先发力，抢占市场份额，巩固市场地位成为公司的头等大事。如何扫除消费者选购“盲区”，必须组织一场以部分热销产品带动全线产品的畅销成为了必要之举。

媒体造势

为了让促销活动更有影响力，效果更明显，“借势、造势”成为了必要。《扬子晚报》是江苏第一大报，为全球报刊发行量百强企业，其发行量及民众关注度均为同类报纸中的翘楚。于是这次活动的主题口号就命名为“全民热起来”。重在借助扬子晚报的知名度扩大品牌在当地市场上的知名度和影响力。在活动前两周我们就开始在《扬子晚报》投放整版“全民热起来”硬广，并进行公交报站器广告，通过媒体先进行市场预热，为后边销售打好基础。

活动安排

- 1、活动时间为12月1日-12月31日。在品牌促销让利方面，12月是销售的旺季，因此促销成为活动主推项目。整个活动时段我们挑选中间四周，每周根据不同的侧重点选择不同套系产品进行促销让利，如：涮羊肉、酸菜白肉锅、麻辣锅、鸳

鸯锅等系列产品为一套系的促销。这样安排活动，使每周都有新内容，给消费者进行不间断的视觉和心理冲击，使活动内容充实丰满。

2、周一到周五“吃就送”，以吃送搭赠(面类产品和饮料的捆绑)的形式带动人气低迷的时段销售。周末带动人气的“限时、限量惊爆抢购”，打击竞争对手，抢拉客源的“超低特价，超级好礼”。

3、公益活动：本次促销有附带一个公益活动——您的爱心？我的学业，统一产品义卖表真情活动。义卖表真情活动在献爱心的同时，很好地树立了企业的公众形象。

响，是他们在小的时候就被改品牌所包围，培养他们的品牌意识和品牌忠诚度，使得统一在孩子小的时候就深深扎根其心中。

5、活动期间还邀请淮安办事处主任等一行来到活动现场做讲话，各大媒体记者也到现场采访，淮安分公司老总亲自演讲，为活动造势！

活动执行

一、部门协调

此次活动牵涉到企划、销售、财务、推广、储运等多个部门

1、事前责任明确

由于此次“全民热起来”活动涉及众多部门，事先对各个部门进行了动员协调会，进行了详尽的分工，分工明确，责任到人。企划部负责整个活动的执行和跟踪，对外宣传、硬广设计、软文撰写、pop制作；推广部负责促销、导购人员的培训、管理，商场堆头布置、现场海报、pop管理，活动现场管理等；

储运部负责检查库存，确保及时补货；销售部负责维持好现场秩序。

2、做好各项活动准备

在“全民热起来”活动进入倒计时阶段，对各项工作进行准备，保证活动顺利进行。

场地准备：确定活动场地，尤其使活动期间户外活动的展示、搭台，必须提前做好。

物料准备：根据活动的规模，提前做好相应的宣传物料，如产品宣传单、促销活动单页、促销横幅、促销礼品、宣传海报、奖品等。在活动前一天应该确保所有物料到位。陈列、上货、广宣品□pop等的布置工作应该在活动前一天晚上做好，避免活动当天匆忙去做，更不要在活动高峰期做，免得引起现场混乱，给活动造成不便。

人员准备：确定活动现场指导、派单员、产品促销员。活动期间，导购、促销人员、策划负责人员应该提前到位，再次确认准备工作到位，整理广宣品、陈列排面、产品和礼品堆头以及标价。策划负责人全程跟进，了解准备不足和方案欠妥之处，及时改善调整，并对促销人员进行现场辅导。

3、人员培训

“全民热起来”人员培训分两部分：第一部分为执行成员活动培训；第二部分为促销、导购人员针对性销售培训。

(1)、执行人员培训由活动测划负责人全程指导培训，以口头、书面、图示及现场演示等方式，充分说明方案内容，让每一个执行者都做到-全球品牌网-明确活动目的、政策、执行流程、注意事项及活动统一宣传口径。准备工作责任到人，规定完成时间、检核人，活动前确保各项工作到位。

(2)、导购人员的针对性培训。

导购、促销人员是整个活动执行过程中的核心，其一言一行直接影响着销售及品牌声誉，因此要对其做针对性比较强的销售技巧培训，让导购、促销人员更深刻明确活动目的和政策，掌握推销技巧。推销技巧培训包括推销心态(推销从顾客第一次拒绝开始，要保持积极愉快的心态，推销的技巧是积极主动)、推销话术(消费者异议回答话术、目标消费者)等的培训。

活动评估

经过这次活动的开展，很好地宣传了火锅底料的影响力和在民众中的美誉度，扩大了市场占有份额，同时也提升了销量，并拉动了面类产品的销量，总体来说是比较成功的！