

OBSAH

SLOVO ÚVODEM	11
METODA MYSTERY SHOPPING	13
PŘÍPRAVNÁ ČÁST VÝZKUMU	15
METODIKA POUŽÍVANÁ PRO VÝZKUM	18
V GASTRONOMICKÝCH ZAŘÍZENÍCH	
MANUÁL PRO HODNOCENÍ ODBORNÝM KOMISAŘEM	23
VÝBĚR ODBORNÝCH KOMISAŘŮ	31
METODIKA HODNOCENÍ	31
VYHODNOCENÍ PRŮHU VÝZKUMU	34
DOPORUČENÉ VZDĚLÁVÁNÍ A VZDĚLÁVACÍ CÍLE	35
 ANALÝZA DAT A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ VÝZKUMU	
UMÍSTĚNÍ PROVOZOVNY	
Atraktivita místa	38
Provozní doba	39
Přístup k provozovně	40
Parkování	41
CENY	
Ceny srovnatelné s konkurencí	42
Ceny adekvátní kvalitě produktu	43
Adekvátní prostředí	44
Nabídka služeb napříč zákaznickým spektrem	45
PROSTŘEDÍ	
Image – výrazná tvář podniku	46
Design a soulad interiéru	47
Dobrá kondice materiálů	48
Atmosféra prostředí	49
Jednotný oděv obsluhy	50
JÍDELNÍ A NÁPOJOVÝ LÍSTEK	
Grafické a estetické hledisko jídelního lístku	52
Originalita nabídky a pestrost	54
Nabídka napříč zákaznickým spektrem	55
Cizojazyčný jídelní lístek	56
Charakteristika pokrmů – složení	57
Gastronomický sled	58
ÚROVEŇ OBSLUHY	
Příjemná a komunikativní obsluha	59
Vstřícnost	60
Odbornost a osobní prodej	61
Schopnost nabídky	62
Znalost sortimentu pokrmů	63
Znalost sortimentu nápojů	64
BALÍČEK SLUŽEB	
Existence zvláštní aktuální nabídky	65

ČISTOTA PROSTŘEDÍ

Obsluhující personál	66
Inventář na pokrmy a nápoje	67
Vstup do provozovny	68
Toalety	69
Prostředí odbytové části	70

PROFESIONALITA PERSONÁLU

Činnost výčepního, styl, sklo, míra, pěna	71
Činnost sommeliéra, kvalita servisu vín	73
Činnost baristy, kvalita kávových nápojů	75
Činnost barmana, kvalita míchaných nápojů	77
Servis pokrmů, příručník, strany, inventář	78

KVALITA PRODUKTU KUCHYNĚ

Vhodnost a atraktivní inventář na pokrmy	80
Nahřáté talíře	81
Práce před hostem	82
Chuť pokrmu	83
Čerstvé suroviny pro přípravu	85
Speciality podniku	86
Speciality regionální kuchyně	87
Využití sezonních surovin	88
Food design	89
Dochucovací prostředky	90

MANAGEMENT PROVOZU

Odpovědná osoba (schopnost řešit objednávku, reklamaci)	91
---	----

KOMUNIKACE SE ZÁKAZNÍKEM

Viditelné označení provozovny	93
Práce s prvky komunikačního mixu	94
Název ve smyslu kategorizace	95
Něco navíc pro hosta	96

STÁVAJÍCÍ OCENĚNÍ PROVOZOVNY

Ocenění třetí osobou – certifikáty, diplomy, média	97
--	----

BONUS

Zvláštní hodnocení komisaře	98
-----------------------------	----

SWOT ANALÝZA PROJEKTU	101
------------------------------	-----

SWOT ANALÝZA VZDĚLÁVÁNÍ V OBORU	102
--	-----

ODBORNÉ VZDĚLÁVÁNÍ NA SLEZSKÉ UNIVERZITĚ V OPAVĚ	103
---	-----

ORGANIZACE ŠKOLENÍ A KURZŮ	105
-----------------------------------	-----

ZÁVĚR VÝZKUMU A PERSPEKTIVY DALŠÍHO VÝVOJE	108
---	-----

PUBLIKAČNÍ AKTIVITA	110
----------------------------	-----

RESUMÉ	113
---------------	-----

SUMMARY	114
----------------	-----

SEZNAM POUŽITÝCH PRAMENŮ A LITERATURY	115
--	-----

SEZNAM PŘÍLOH	118
----------------------	-----

15 GASTRONEŠVARŮ 2009	119
------------------------------	-----

PŘÍLOHY	121
----------------	-----