第一图书网, tushu007.com

<<旅游服务管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游服务管理>>

13位ISBN编号：9787211053704

10位ISBN编号：7211053704

出版时间：2006-1

出版时间：福建人民出版社

作者：张文建

页数：324

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

前言

20世纪世界经济的飞速发展，使人类从以劳动为中心的“工作时代”步入讲究生活品质的“消费时代”。
旅游成为一种时尚和热门产业。
21世纪推崇的生活理念更是将旅游的魅力数倍放大。
旅游正在渗透着现代社会的每个角落，改变着人们传统的生活观念和价值体系。
改革开放以后，随着中国经济的高速发展，中国的旅游业也进入持续发展的快车道。
顺天时、应地利、聚人和。
经过短短20多年的发展，中国的旅游教材从无到有，日渐丰富多彩、种类齐全。
但是当用“特色”和“水平”这两个坐标体系来给它定位时，我们不得不坦承，中国旅游教材仍处于“摸着石头过河”的阶段，大多还属于“简单积累”，存在着很大的问题。
目前，教材技术标准好像很完善、简单，编制也容易，但本质的、决定教材发展的不是教材编写规则，而是旅游发展自身，或者说是社会需求。
由于旅游发展总是充满着不确定性，没有太多的规范和标准可以依据，因此，中国旅游教材的编写，也面临着三大难题和三大困惑。
三大难题：（1）中国的旅游学术研究与旅游教材编写大体上同步。
总体来说，中国的旅游学术研究理论深度不够，学术水平不高，这就使得中国的旅游教材编写缺乏应有的厚实基础，许多理论问题本身还在不断探索和形成之中。
（2）旅游涉及多学科领域的知识，既要求有较深厚的学术功底、广博的历史文化知识，同时又要求有旅游学、经济学等相关学科的理论知识融入其中，这对于作者的综合学术素养是极大的考验。
（3）编教材易，写教材难。
教材不同于学术著作，不能仅仅是阐述理论和观点，成一家之言，更不能天马行空，有感就发。
教材有教材的特点和要求，编写一套特色鲜明的、适合学生学习的旅游教材实为不易。

内容概要

本教材系列的教材特征具体从以下六个方面体现：　（1）注重信息量。
本教材系列有计划、有目的、有系统地收集、记录、整理、分析和总结各相关学科的各种信息，以尽可能减少和规避因旅游基础知识相对不足给学生带来的学习困难。
（2）注重知识面。
本教材系列注重将旅游作为一种知识节点进行学习、传播和推广。
（3）注重思考力。
本教材系列在立足于传递信息和传播知识的基础上，特别注重学生独立思考能力的培养，而不是死读书、读死书式的灌输。
（4）注重方法论。
旅游课题学习归根结底是方法的学习，而不全是知识和理论的学习。
本教材立论的核心在于提供一个观察、了解和研判旅游各相关学科事象的方法。
（5）注重整体性。
系统性和完整性是本教材系列的又一显著特征，不仅注重旅游作为一种知识和理论的完整性和系统性，而且还特别注重旅游作为一门学科以及作为一个独立的系统的完整性和系统性。
（6）注重案例法。
在具体的体例中，我们采用了一部分综合性的案例，试图找到规范学习与启发引导的理想结合点。
没有规矩不成方圆，但是，如果为了规矩而使教材变得没有学术价值或降低学术价值，那是对规矩的曲解和误解。
我们按照教学发展规律和学生对象特征，制定出主要是基于掌握和理解的控制图则，为教师和学生留下了相当的余地，但某些基础性知识节点却又很具体、带有强制性。
在我们的观念中，这可能更是一种“底线”。

作者简介

张文建，1953年4月出生于上海。
1983年华东师范大学研究生毕业，获硕士学位。
现任上海师范大学旅游学院教授、旅游管理专业和人文地理专业硕士研究生导师、旅游管理硕士点学科带头人、会展经济与管理首席教授。
目前主要研究方向为旅游会展经济与服务管理、区域旅游开发。
著有《旅游服务管理》、《旅游服务营销》，主编《中外会展述论》等。
为本科生讲授旅游服务管理、旅游CIS、旅游营销策划等课程，为研究生讲授服务经济与旅游产业发展、区域旅游开发等课程。
曾赴日本、澳门等地作学术交流讲演。

<<旅游服务管理>>

书籍目录

第一编 总论 第一章　服务经济与旅游业　第一节　服务经济时代　　一、服务经济时代的到来　　二、服务业的增长　　三、中国服务业的发展　第二节　服务业概述　　一、服务业的范围　　二、服务业的层次　　三、服务业的分类　第三节　旅游业概述　　一、旅游业的持续快速发展　　二、旅游业的内涵　　三、旅游业的关联效应　　四、旅游业发展的时机与前景　　阅读材料：中国服务业快速发展中的隐忧 第二章　旅游服务的本质特征　第一节　旅游服务的内涵　　一、对服务的不同理解　　二、对服务的诠释　　三、旅游服务的界定　　四、理解旅游服务的工具——服务包　　第二节　旅游服务的特性　　一、不可感知性　　二、不可分离性　　三、不可储存性　　四、不可控制性　　第三节　旅游服务的分类　　一、服务的分类　　二、旅游服务的分类　　阅读材料：迪斯尼优质服务的建设　第三章　旅游服务战略管理　　第一节　旅游服务战略的环境分析　　一、宏观环境分析　　二、经营环境分析　　三、内部环境分析　　第二节　旅游服务战略的评价与选择　　一、旅游服务战略的评价技术　　二、旅游服务战略的选择方法　　三、旅游服务发展战略　　四、旅游服务竞争战略　　第三节　旅游服务战略的实施与控制　　一、旅游服务战略计划　　二、旅游服务战略的实施　　三、旅游服务战略实施的控制　　阅读材料：美国西部航空公司的竞争战略第二编 旅游服务系统的构建　第四章　旅游服务传递系统设计管理　　第一节　旅游服务系统的分析模式　……　第五章　旅游服务设施设计管理　第六章　旅游服务环境设计管理第三编　旅游服务运营管理　第七章　旅游服务接触与服务运营管理　第八章　旅游服务质量管理　第九章　旅游服务生产能力与需求管理第四编　旅游服务营销管理　第十章　旅游服务市场管理　第十一章　旅游服务营销策略管理　第十二章　顾客满意度与关系营销管理第五编　旅游服务组织与人力资源管理　第十三章　旅游服务组织设计与服务文化管理　第十四章　旅游服务组织的人力资源管理附录　案例评析参考文献

章节摘录

插图：1973年，美国社会学家丹尼尔·贝尔提出了关于经济发展不同阶段的经典定义，他将经济发展分为“前工业化”、“工业化”和“后工业化”三个阶段，进而指出，在“后工业化”社会，经济部门的重点将由传统的物质生产转向服务业，这些服务业包括对个人的服务，银行、保险、商业服务，交通、通讯、公共事业服务，保健、教育、研究、政府服务等四个方面。
奈斯比特、卡恩等预言学家也认为社会发展的下一个趋势将是工业社会向服务社会的过渡。
《学习的革命》一书认为新型的服务型社会是塑造未来世界的15种主要趋势之一。
英国经济学家约翰·杜宁把社会进化分为三个时期：一是从17世纪初叶至19世纪，是以土地为基础的农业经济；二是从19世纪至20世纪末叶，是以机械或金融为基础的工业经济或制造业经济；三是从20世纪末开始，过渡到以金融或知识为基础的服务时代。
最近几十年世界经济的发展也证明了这种趋势。
发达国家经济的活力来源于服务业的快速增长，在高收入国家里，约三分之二的国内生产总值源于服务业，而中等收入国家的比例约为二分之一。
按照一般经济原则，一个国家服务业的产值占国民生产总值二分之一时，标志着这个国家已经进入服务经济社会。
因此，目前世界经济已进入服务经济的时代，可以预言未来世界经济发展的动力仍旧来源于服务经济的贡献。
总之，服务经济时代的特征是：（1）服务业在经济和劳动力的统计数字中占有主要的份额。
（2）顾客更多地参与到企业的战略性业务决策。
（3）产品市场化导向更加明显，并对市场需求的变动做出更加快速的反应。
（4）在服务传递中帮助顾客和员工的技术迅速发展。
（5）员工将拥有更大的自主权，可针对顾客的特殊需求开发定制化的解决方案，并在服务现场就以最便利的方式解决顾客的抱怨。
（6）出现了新的服务业以及必要性服务，其中，产品的无形性正在成为区别市场中不同产品的主要特征。

编辑推荐

《旅游服务管理》：21世纪大学旅游教材。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com