

<<旅游景区服务与管理>>

图书基本信息

书名：<<旅游景区服务与管理>>

13位ISBN编号：9787302200338

10位ISBN编号：7302200335

出版时间：2009-6

出版时间：清华大学出版社

作者：卢晓 主编

页数：288

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>

<<旅游景区服务与管理>>

前言

为培养高素质旅游人才而准备我国旅游业是随着中国改革开放的发展而成长的。改革开放前我国旅游业以外事接待为主，只具备产业雏形；1978年以后转换机制，逐步发展产业型旅游业。

1986年国务院决定将旅游业纳入全国国民经济与社会发展计划，正式确立其国民经济地位；进入21世纪以来，中国旅游业得到迅速发展。

在入境旅游方面，中国的入境过夜旅游者从1978年的71.6万人次增加到2005年的4681万人次，增长了65倍；旅游外汇收入从1978年的2.63亿美元猛增到2005年的293亿美元，增长了111倍。

2004年中国跃居世界第四旅游大国。

在出境旅游方面，随着我国经济的持续快速发展和国际地位的不断提高，以及中国公民出国旅游目的地的不断增多，出境旅游发展迅猛。

到2005年年末，经国务院批准的中国公民出国旅游目的地国家和地区总数达到了117个，遍布全球五大洲。

2005年，中国出境总人数达到3103万人次，成为全球出境旅游市场上增幅最快、潜力最大、影响力最为广泛的国家。

在国内旅游方面，带薪假期和“黄金周”制度的实行，推动了中国国内旅游的迅猛增长，中国发展成为世界上规模最大的国内旅游市场。

2005年，中国国内旅游人数达到12.12亿人次。

我国旅游业虽起步较晚，但发展迅速。

随着旅游业的发展，旅游在国民经济中的作用和地位日显重要。

世界各国高度重视中国巨大的旅游市场，都希望加强与中国的交流与合作。

目前，中国旅游业形成入境旅游、出境旅游、国内旅游三大市场格局，成为举世瞩目的旅游大国。

我国的旅游教育是随着旅游业的发展而产生、发展和成长的。

我国的旅游教育始于20世纪70年代末，经过近30年的发展，旅游教育已经形成了较完整的旅游高等教育、中等教育体系。

据国家旅游局统计，全国旅游院校有1336所（含开设旅游专业的院校），在校生达566493人，专业教师25239人（截至2005年年底）。

旅游教育的迅速发展，带热了旅游教材的出版。

近几年旅游教材建设整体呈现繁荣之势。

从旅游教材的种类来看，已由20世纪90年代初的旅游管理专业一个系列几十个品种，发展到现今旅游管理、酒店管理、旅行社管理、景区管理、会展管理及旅游外语等若干个系列上百个品种。

但是，目前已出版的旅游教材，存在着“三多三少”的现象，即在编写内容与方式上，剪辑性成果多、研究性成果少；理论性内容多、操作性内容少；传统内容多，创新内容少（张斌，2005）。

<<旅游景区服务与管理>>

内容概要

本教材从景区服务（导游服务、票务服务、接待服务、商业服务等）与景区管理（设施维护与管理、市场营销、服务质量管理、人力资源管理、环境管理与可持续发展与旅游）两个大方面进行了深入探讨，较全面地反映了当今时代旅游景区服务与管理的重点与关键。

本书以“立体化教材”模式编写，针对景区服务与管理的实践性强的特点，增加小资料、小案例，综合运用案例导入与相关链接等栏目在内容上，从游客的需求出发，注重景区的服务性，以技能为先，突出培养职业素质，加强学生的景区服务与管理的技术应用能力，切实保证在实际教学过程中的具体性和可操作性。

本书适合高职高专院校旅游类专业作为教材使用，同时适合旅游行业从业人员参考。

<<旅游景区服务与管理>>

书籍目录

第1章 旅游景区概述 1.1 旅游景区 1.1.1 旅游景区的基本概念 1.1.2 旅游景区的分类 1.1.3 旅游景区的功能 1.2 现代景区服务与管理的基本理念 1.2.1 景区服务的内涵与服务意识 1.2.2 景区管理的基本方法与基本理念 本章小结 核心概念 练习题库第2章 景区导游服务 2.1 景区导游服务的作用 2.1.1 景区导游员及其工作规范 2.1.2 景区导游人员的角色 2.1.3 景区导游服务的原则 2.1.4 景区导游的工作重点和职责 2.1.5 景区导游服务的作用 2.2 景区导游服务的主要内容 2.2.1 景区导游服务的类型 2.2.2 迎接服务 2.2.3 导游服务 2.2.4 送客服务 2.3 景区人员导游服务技能 2.3.1 基本素质 2.3.2 导游语言技能 2.3.3 导游讲解技能 2.4 不同类型景区的导游与讲解技巧 2.4.1 山体景观导游 2.4.2 水体景观导游 2.4.3 古建筑导游 2.4.4 寺、宫、观导游 2.4.5 气象、气候景观导游 本章小结 核心概念 练习题库第3章 景区票务服务 3.1 售票服务 3.1.1 票务预订服务 3.1.2 门禁票务系统 3.1.3 票务中心岗位职责及行为规范 3.1.4 票务中心管理制度 3.2 入门接待服务 3.2.1 闸口服务 3.2.2 景区游客服务中心 3.2.3 特殊服务 本章小结 核心概念 练习题库第4章 景区接待服务 4.1 咨询服务 4.1.1 电话咨询服务 4.1.2 当面咨询服务 4.2 投诉受理服务 4.2.1 正确看待游客投诉 4.2.2 游客投诉原因分析 4.2.3 游客投诉心理分析 4.2.4 游客投诉受理方法 本章小结 核心概念 练习题库第5章 景区商业服务 5.1 景区商业网点布局第6章 景区设施维护与管理第7章 景区市场营销第8章 景区服务质量管理第9章 景区人力资源管理第10章 景区环境管理与可持续旅游参考文献

<<旅游景区服务与管理>>

章节摘录

第1章旅游景区概述1.2现代景区服务与管理的基本理念1.2.1景区服务的内涵与服务意识旅游业是一种劳动密集型的服务性行业，旅游服务在旅游业中占有举足轻重的地位。

服务意识是服务产品的生命力，是服务质量的关键，是服务工作的灵魂，是员工素质的标志。

1.旅游景区服务内涵中国社会科学院编、商务印书馆出版的《现代汉语词典》对“服务”的解释是“为集体（或别人的）利益或为某种事业而工作”。

也有专家给“服务”下的定义是这样的：“服务就是满足别人期望和需求的行动、过程及结果。

”前者说明了服务对象，说清了服务本身是一种工作，需要动手动脑地去做；后者表明了服务的本质内涵，它是发自服务人员内心的，是服务人员的一种本能和习惯。

在追求优质服务的今天，人们更希望得到“为客人提供恰到好处的细微服务”，即“最佳服务”、“个性化服务”。

在商品社会里，服务是一种无形产品，是有价值的，是可以用来进行交换和买卖的。

旅游景区服务是有形产品和无形产品的结合，是景区在旅游者观光、游览消费过程中提供的各种服务。

国外学者认为服务（SERVICE）的每个字母都有着丰富的含义，在景区服务中体现出以下内涵。

<<旅游景区服务与管理>>

编辑推荐

《旅游景区服务与管理》由清华大学出版社出版。

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>