

<<酒店企业管理>>

图书基本信息

书名：<<酒店企业管理>>

13位ISBN编号：9787561756881

10位ISBN编号：7561756887

出版时间：2008-1

出版时间：华东师大

作者：王孟津

页数：174

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

近年来在政府推动与经济发展需求的刺激下，我国高等职业教育规模有了很大发展；全国职业教育工作会议的召开，又为高职发展迎来了新的历史机遇。

然而，我们可以在短短几年内建设起大量被称为高职学院的校舍，却无法在短期内形成真正的高职教育。

如何突显特色已成为高职发展的重大课题；高职发展已由规模扩充进入了内涵建设阶段。

内涵形成既需要理论支持，也需要时间积淀，但积极的探索与行动总是有益于这一进程的。

如今已形成的基本共识是，课程建设是高职内涵建设的突破口与抓手。

加强高职课程建设的一个重要出发点，就是如何让高职生学有兴趣、学有成效。

在传统学科知识的学习方面，高职生是难以和大学生相比的；如何开发一套既适合高职生学习特点，又能增强其就业竞争能力的教材，是高职课程建设面临的另一重大课题。

要有效地解决这些问题，建立能综合反映高职发展多种需求的课程体系，必须进一步明确高职人才培养目标、其课程内容的性质及组织框架。

为此，不能仅仅满足于对“高职到底培养什么类型人才”的论述，而是要从具体的岗位与知识分析入手。

高职专业的定位要通过理清其所对应的工作岗位来解决，而其课程特色应通过特有的知识架构来阐明。

也就是说，高职课程与学术性大学的课程相比，其特色不应仅仅体现在理论知识少一些，技能训练多一些，而是要紧紧围绕课程目标重构其知识体系的结构。

我们认为，项目课程不失为一个有价值与发展潜力的选择。

其历史虽然久远，我们却赋予其新的内涵。

具体说来，一是能力观，即项目课程的目标是培养学生的职业能力。

现有高职课程基本上还是知识体系，极少体现这一目标。

以职业能力为目标不能是口号，而是要在各个环节紧紧围绕这一目标来设计课程。

比如课程目标的描述，要明确指出预期学生“能够(会)做什么”。

能力也不同于操作技能，职业能力更加强调的是在复杂的工作情境中进行分析、判断并采取行动的能力。

二是联系观，即要把知识与工作任务之间的联系作为重要课程内容。

职业能力的形成并非仅仅取决于获得大量的理论知识，如果这些知识是在与工作任务相脱离的条件下获得的，那么仅仅是静态的知识，而无法形成个体的职业能力。

只有能在知识与工作任务之间建立复杂联系的人，才可称为具有职业能力的人。

可见，项目课程并非如通常所设想那样只是出于功利目的，而是建立在职业能力形成的联系观基础之上的。

三是结构观，即强调对课程结构的整体设计，包括课程体系结构与内容组织结构。

因为知识结构也是影响职业能力形成的重要变量。

课程体系结构设计的基本依据是工作体系结构，内容组织结构设计的基本依据是工作过程中的知识组织关系。

其获得的基本手段是工作分析。

四是综合观，即综合运用相关操作知识、理论知识来完成任务。

内容概要

这是一本为高职院校学生量身定做的饭店、旅游服务与管理专业的项目课程教材，特色如下：
实践活动多样化本教材安排了多种实践训练活动，让学生参与管理程序、流程的设计，体验管理情景，模拟管理岗位，使学习更贴近现实工作。

案例实例专业化本教材采集了大量的专业案例以及富有启迪意义的故事材料，学生在案例的学习中了解相应的专业知识。

经典理论通俗化本教材保留了传统管理理论中的核心部分，通俗易懂的语言予以表达。

作者简介

石伟平教育学博士，华东师范大学职业教育与成人教育研究所所长、教授、博士生导师，国际职业技术教育科学研究委员会委员、中国职教学会学术委员会副主任、中国职业技术教育专业学科建设与研究生培养协作组组长、全国教育科学规划领导小组职教评审组成员、教育部高职高专人才培养工作水平评估委员会委员。

主要研究领域为比较职业技术教育，著有《比较职业技术教育》、《时代特征与职业教育创新》、《职业教育课程开发技术》等。

徐国庆教育学博士，华东师范大学职业教育与成人教育研究所副教授，中国职教学会教学工作委员会课程理论与开发研究会副主任。

主要研究领域为职业教育课程，著有《实践导向职业教育课程研究》、《职业教育课程开发技术》等

。

书籍目录

序前言项目一 酒店企业及其管理模块1 酒店与酒店运行模块2 企业管理在酒店项目二 计划制订与执行模块1 酒店的目标与计划模块2 计划的组织实施项目三 员工招聘与考核模块1 酒店的员工招聘模块2 培训考核与薪酬制度项目四 服务质量管理模块1 宾客需求分析模块2 服务质量与标准制订模块3 服务规程的实施与质量控制项目五 运行成本的控制模块1 酒店采购和仓储模块2 物资能源成本的节减主要参考书目后记

章节摘录

模块1 酒店与酒店运行 酒店的经营活动表现为酒店生产和酒店产品销售。

由于服务在整个酒店的功能要素中占有很大比重，所以酒店产品的最大特点是以服务为主。

消费者去商店购买商品，当他离开商店时带走的是实物产品；而宾客购买酒店产品，当他离开酒店时并没有带走实物产品，酒店产品被宾客在酒店就地消费了。

实物产品的生产、交换、消费在时间和地点上都是分离的；而酒店产品的生产、交换、消费在时间上几乎是同时的，在地点上则由宾客占据酒店空间就地消费。

这就带来了酒店业务特有的时空现象。

实物产品以一个具体的确定的实物形态出现，它的形象、使用价值、产品质量都凝聚和集中表现在这一实物产品上。

酒店产品是在不同空间和时间综合形成的，它的形象、使用价值、产品质量就分散在产品的各个方面而无法凝聚和集中。

从酒店产品的特殊性可以看到，对酒店产品生产和销售的管理是较实物产品生产和销售的管理更复杂、更富有艺术性的管理。

空间是酒店产品的外壳，酒店的空间是不能移动的，这就决定了酒店产品的不可移动性，也决定了酒店产品的销售是把宾客请进来，在一定的空间就地消费。

时间是酒店产品的载体，酒店产品的使用价值是和时间紧密地联系在一起。

酒店产品的各个组成部分有一个共同的特点，就是周期性和重复性。

所谓周期性是指每项使用价值都有一个时间的延续，有一个时段，比如如客房的天数、餐饮_的每一餐。

所谓的重复性是指当一个周期结束、新的周期开始，使用价值从形式上看是重复的过程。

酒店产品的时间性决定了酒店产品的不可储存性。

酒店产品既包括有形产品，如菜肴、酒水、客房、康乐设施等，也包括无形服务，如接待、礼貌、氛围等。

两者有机结合才能构成酒店产品，其中有形产品是基础，无形服务是保证，缺一不可。

此外，酒店产品还有不可储存性、季节性、对信息的依赖性等特点。

酒店设施一天不利用，一天就不能创造价值，而且其失去的价值将永远无法弥补。

酒店产品的供求季节性较为明显，旺季需求旺盛，淡季需求疲软。

酒店的主要客源来自外地，因此事先向宾客提供各种准确、及时的酒店产品信息，才有可能促进产品销售。

这就要求酒店从业人员及时了解各种酒店信息，并及时向宾客介绍，从而使更多的宾客了解酒店产品。

酒店产品的使用价值如同其他产品一样，也由基本使用价值、期望使用价值、延伸使用价值和潜在使用价值四个层次构成。

基本使用价值是消费者购买一种产品时所获得的基本利益，是宾客需求的中心内容；期望使用价值是指消费者在购买某一产品时自然而然地产生的种种期望心态；延伸使用价值是上述两种价值的延伸和进一步完善，是使一个产品区别于同类产品的特色，如宾客更倾向于入住与众不同的客房，享用创新菜肴等；潜在使用价值是为了满足个别宾客的特殊需求而提供的特殊的和临时性的可能服务。

一般认为，基本使用价值+期望使用价值构成酒店的质量，它是宾客满意度的导向；延伸使用价值+潜在使用价值构建酒店的附加价值。

上述内容之和形成企业整体的竞争优势。

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>