

<<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：9787811224641

10位ISBN编号：781122464X

出版时间：2008-8

出版时间：东北财经大学出版社

作者：姜若愚 编

页数：304

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

如今，中国的旅游管理教育已经走过了20年的历程。20年，对于人生而言，可以说已经走近成熟了，然而，对于一个学科的发展来说，这么短的时间恐怕只能够孕育学科的胚芽。万幸的是，这20年不同于历史进程中的一般20年。由于我们坚持了改革开放的政策，我们的视野由此而得到扩展，我们的信心由此而得到强化，我们的步伐也由此而得以加快。所以，虽然只有20年，但在中国的教育园地和学科家族中，旅游管理经过有效的分化与发展，已经形成了学科体系的基本雏形。如今，旅游管理专业把中等职业教育作为起点，并设有高职高专、普通本科和研究生教育（包括硕士和博士研究生教育）。这样完整的教育层次系统，一方面展示了旅游管理教育发展的历程和成果，另一方面也提出了学科建设中的一些迫切需要解决和面对的问题，其中最重要的一点，就是如何在不同的教育层次和不同的教育类型上对教育目标和教学模式进行准确定位。当旅游管理高等教育领域中开始出现职业教育这种新的教育类型时，这一点就显得尤其突出了。我国改革开放后得以重建的高等教育体系向来注重的是学科教育，一直没有给高等职业教育以足够的重视。困扰教育家们的问题似乎不是学科教育和职业教育的不关系问题，而是在学科教育体系中如何区别普通专科教育与本科、研究生教育的层次和定位问题。20多年的教育实践证明，人们在这三个层次上所作出的定位努力没有得到应有的效果。相反，在几乎所有的专业领域，都或多或少地存在着一种倾向，即专科教育仅仅是本科教育的简单压缩，而研究生教育仅仅是本科教育的有限延伸。这种状况导致了人才培养的低效率，也由于人才规格的错位而造成了人才使用上的浪费，甚至引起社会用人单位与教育机构之间在这个问题上的矛盾。

## <<旅游景区服务与管理>>

### 内容概要

旅游景区作为旅游业的支柱,近年来受到了前所未有的关注。景区发展也很快,景区规模、运作模式、投资方式等方面都出现了许多新的特点。这种变化一方面反映在景区开发、运营管理及服务模式的改变上,另一方面也反映在相关的研究进展上。

2003年由本人主编的《旅游景区服务与管理》一书出版以后,被全国各地许多高职高专等高校相关专业采用作为教材,获得了一定的好评。

同时,也有许多专家和学者就教材的内容和安排都提出了不少建设性的意见。

现在,东北财经大学出版社提出重新编写该书,因为客观实际和理论研究都发生了很大的变化,利用重新编写的机会,可以较好地弥补原书的不足之处,以便能够更好地反映旅游业和旅游景区的发展,也更能使之适合作为高职高专的教材和旅游景区管理及服务人员的培训教材。

已有相关教材从景区管理和景区服务两个方面进行阐述,但是很少就两者的关系进行论述,并按两者的逻辑关系建立教材的框架。

本书从景区管理和景区服务的关系以及两者在景区发展中所起的作用入手,确定了本书的整体框架。

本书的内容主要包括景区基础知识、景区服务、景区管理三大部分,共十四章。

第一部分主要讲述景区的相关知识,以及景区管理与景区服务的相互关系。

第二部分主要讲述与景区有关的各种服务,包括解说、接待、娱乐、购物、辅助等服务。

第三部分主要讲述景区管理中主要的几个方面,包括营销、财务、人力资源、设施设备、标准化等管理。

对于社区管理和安全管理这些近年来景区突出面临的新问题,本书结合作者集体的实践工作经验及研究成果进行论述,期待能够有所突破。

## &lt;&lt;旅游景区服务与管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 概论学习目标1.1 旅游景区概述1.2 旅游景区管理1.3 旅游景区服务1.4 旅游景区管理与服务的关系1.5 本书的逻辑框架本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第2章 旅游景区接待服务学习目标2.1 旅游景区接待服务概述2.2 旅游景区入门接待服务2.3 游客投诉与抱怨受理服务本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第3章 旅游解说服务学习目标3.1 旅游解说服务概述3.2 旅游解说服务规划3.3 导游解说服务3.4 自助式解说服务本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第4章 旅游景区娱乐服务学习目标4.1 旅游景区娱乐服务概述4.2 旅游景区娱乐服务策划4.3 旅游景区娱乐服务运作4.4 旅游景区娱乐服务管理本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第5章 旅游景区购物服务学习目标5.1 旅游景区购物商品概述5.2 旅游景区购物商品销售5.3 旅游景区购物服务策略本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第6章 旅游景辅助服务学习目标6.1 旅游景区交通服务6.2 旅游景区餐饮服务6.3 旅游景区住宿服务6.4 旅游景区其他辅助服务本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第7章 旅游景区营销管理学习目标7.1 旅游景区营销环境7.2 旅游景区市场调查与预测7.3 旅游景区市场细分、定位7.4 旅游景区新产品开发7.5 旅游景区营销渠道及促销策略7.6 旅游景区营销创新本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第8章 旅游景区人力资源管理学习目标8.1 旅游景区人力资源配置8.2 旅游景区人力资源开发8.3 旅游景区人力资源考核8.4 旅游景区人力资源激励本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第8章 旅游景区财务管理学习目标9.1 旅游景区财务管理概述9.2 旅游景区筹资和投资管理9.3 旅游景区资产管理9.4 旅游景区成本费用管理9.5 旅游景区收入和利润管理9.6 旅游景区财务分析本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第9章 旅游景区设施设备管理学习目标10.1 旅游景区设施设备管理概述10.2 旅游景区设施的类型及要求10.3 景区设施设备的全过程管理本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第11章 旅游景区安全管理学习目标11.1 旅游景区安全管理概述11.2 旅游景区安全事故的表现形态及类型11.3 旅游景区安全的控制与管理11.4 旅游景区常见安全事故的处理本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第12章 旅游景区资源与环境管理学习目标12.1 概述12.2 旅游景区资源开发管理12.3 旅游景区资源保护管理12.4 旅游景区环境质量管理12.5 旅游景区环境卫生管理本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第13章 旅游社区管理学习目标13.1 旅游社区管理概述13.2 旅游社区管理主体13.3 旅游社区管理内容13.4 旅游社区管理方式本章小结主要概念与观念基本训练观念应用第14章 旅游景区的标准化学习目标14.1 景区标准化概况14.2 景区管理的国际标准体系14.3 我国的景区标准化本章小结主要概念与观念基本训练观念应用综合案例主要参考文献

章节摘录

2.3.2 游客投诉原因分析 分析游客投诉的原因,便于在景区服务中预先估计可能发生的问题,重视可能会令游客不满的部门和环节,尽量减少游客的投诉,努力做到防患于未然。目前,随着游客自我保护和维权意识不断加强,他们对旅游质量的投诉也更加细化。游客对旅游景区方面的投诉,主要涉及接待标准、服务产品、景区硬件和环境等问题。

其主要表现在以下三个方面: 1) 对景区人员服务的投诉 这一类投诉,是由于景区服务人员素质不高、服务水平低下、服务观念存在问题而产生的,它占景区投诉量的绝大多数。

具体包括:(1) 服务态度太差 不回答游客的询问,或回答时不耐烦、敷衍了事、出言不逊。

服务动作粗鲁,反应迟钝。

不注重个人卫生,手放人杯中或盘中,点完钞票的手又去拿食品。

漠视游客的意见,游客提出要求后久久不处理。

服务语言使用不当。

(2) 服务技能有待提高 工作程序混乱,效率低下。

寄放物品遗失或调错。

不征求游客的意见,强迫游客与不相识的人坐不愿意坐的位子,住不愿意住的房间,乘不愿意乘的车。

漏点或错点游客人数。

2) 对景区服务产品的投诉 价格投诉,如景区门票太高,特别是园中园重复购票,商品价格或服务项目收费过高,随意宰客。

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>