

《酒店经营管理》

图书基本信息

书名：《酒店经营管理》

13位ISBN编号：9787545408683

10位ISBN编号：7545408683

出版时间：2011-9

出版社：广东经济出版社有限公司

页数：290

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《酒店经营管理》

内容概要

《酒店经营管理(第3版)》从酒店概述、酒店管理基础理论、组织管理、接待业务管理、服务质量管理、人力资源管理、市场营销、设备物资与安全管理、信息管理、企业文化与公共关系等方面，论述了现代管理基本内容，各章末尾安排相关案例。

《酒店经营管理》

作者简介

贺湘辉，中国酒店管理协会（CHMA）副会长，著名酒店管理高级讲师，广东省职业技能鉴定（GD-OSTA）餐饮专家，国际培训认证协会（ITCA）酒店专业委员会顾问，广州人力资源管理协会专家，国家职业资格和技能鉴定高级技师、高级考评员，广东高职高专教育酒店管理教学指导委员会委员。一直致力于高星级旅游酒店管理、酒店教育教学、酒店管理职业资格认证和职业培训教材研发工作，研究方向为旅游酒店管理。主讲旅游酒店业务管理、服务技巧、营销案例等核心课程。姜玲，南京大学经济学硕士、法学博士。高级经济师，美国注册高级教育导师CHE，高级职业经理人CHtA。海南大学经济与管理学院副教授，新博亚首席培训师。姜玲创建了中国酒店业著名培训品牌--新博亚酒店培训，创作并主讲“酒店业督导技能HSS”和“酒店业培训培训师TTT”等课程；主编“新博亚酒店丛书”、“新标准酒店岗位英语”丛书；著有《酒店业督导技能》、《培训培训师TTT指南》和《酒店业培训管理实务》等。

书籍目录

第一章 酒店管理概述

第一节 酒店管理概述

一、酒店管理的基本含义

二、酒店管理的对象和内容

第二节 酒店管理职能

一、计划职能

二、组织职能

三、指挥职能

四、协调职能

五、控制职能

第二章 现代酒店组织管理

第一节 酒店的组织结构

一、酒店各部分的划分

二、酒店组织结构类型

第二节 酒店规章制度

一、对规章制度的认识

二、基本制度

.....

第三章 现代酒店接待业务管理

第四章 现代酒店服务质量管理

第五章 现代酒店人力资源管理

第六章 现代酒店营销管理

第七章 现代酒店设备物资与安全管理

第八章 现代酒店酒店信息管理

第九章 现代酒店企业文化建设与公共关系

第十章 酒店品牌管理

参考文献

(4) 顾客方评价的特点。 顾客评价呈多元性。由于顾客消费需求各种各样，顾客的素质也相差悬殊，因此顾客对酒店服务质量的评价必然呈多元性。个别带有偏见、甚至有意挑刺的客人，其评价也会欠公平。因此，对任何酒店服务质量的评价都应该是综合的。 顾客评价的被动性。客人一般不主动评价，只有在特别满意或特别不满意的条件下，才会主动地表扬、批评或投诉，在大多数情况下，并无外在的表示。对此，酒店除应采取必需的措施诱导与刺激宾客积极参与评价外，还可从投诉率、回头率等角度进行综合分析评估。 顾客评价的模糊性。顾客对所提供服务的评估通常以主观评定为主，也就是说，大多数客人缺乏检验服务质量的有效工具与手段，难以测评服务效率、产品构成，同时，一般客人也不了解酒店服务的规范、程序和评价的尺度。因此，顾客的评价具有模糊性。 顾客评价的兴奋点的差异性。顾客有不同的文化背景、心理特质、个人经历，影响他们满意度的服务要素不尽相同，即具有相同满意度的顾客会关注不同的服务要素。兴奋关注点的差异性使得不同的顾客关注不同的服务要素，也就是说顾客对各类服务要素产生不同的权重。

2. 酒店方 (1) 酒店作为评价主体的依据。 酒店是服务的提供者。由于酒店服务具有生产与消费的同—性，因此酒店服务与其他产品相比有其特殊性。酒店服务的这种特殊性要求酒店应注重服务的事前、事中与事后评价，以保证酒店服务不产生不合格的产品；酒店是服务产品的相关受益者。酒店靠出售酒店产品，即酒店服务来获取经济效益，酒店员工通过自己的工作付出获得相应的工资报酬，从而实现自身价值。

《酒店经营管理》

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:www.tushu000.com