

《酒店基础知识》

图书基本信息

书名：《酒店基础知识》

13位ISBN编号：9787302300724

10位ISBN编号：7302300720

出版时间：2013-1

出版社：清华大学出版社

作者：孙丽钦 编

页数：352

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

《酒店基础知识》

前言

随着我国经济的迅速发展，中国酒店业已成为最具活力和潜力的新兴产业之一。30年来，中国旅游酒店年均增长率一直在10%以上，现已形成了庞大的产业规模。截至2012年初，我国共有星级酒店12220家，其中五星级酒店608家，四星级酒店2172家。已有41个国际酒店管理集团的67个酒店品牌进入中国，掌管着近600家高星级酒店。世界排名前十的国际酒店管理集团均已进入中国。我国酒店业在面临发展机遇的同时，也在接受严峻的挑战。要提高我国酒店业的国际竞争水平，就需要大量通晓酒店管理和业务的专门人才。随着旅游教育和研究的逐步深入，有关酒店管理的著作和教材不断问世。为了能更好地反映酒店业发展的现状与趋势，以及先进的管理理论、技术和方法在酒店管理中的应用，适应高职院校旅游与酒店管理专业的教学和企业培训的需要，本书重点阐述酒店管理在理论研究和实践应用方面的最新成果，突出基本理论的完整性和内容的实用性，注重吸收中外酒店管理的最新研究成果，并结合大量的案例，力求理论联系实际，具有较强的可操作性。

《酒店基础知识》

内容概要

《21世纪高等学校应用型特色规划教材:酒店基础知识(酒店管理专业)》从理论和实践相结合的角度,系统地介绍了有关酒店管理的基础知识,并通过一定数量的案例分析,使读者在学习酒店管理理论知识的同时,获得对酒店实际情况的一般了解。《21世纪高等学校应用型特色规划教材:酒店基础知识(酒店管理专业)》共分十章:第一章介绍酒店概论;第二章介绍酒店集团;第三章至第五章分别介绍酒店组织管理、酒店产品和酒店服务质量;第六章介绍酒店前厅部;第七章介绍酒店客房部;第八章介绍酒店餐饮部;第九章和第十章分别介绍酒店人力资源管理和酒店销售部。《21世纪高等学校应用型特色规划教材:酒店基础知识(酒店管理专业)》结构层次清晰,内容丰富、案例多样,具有适用面广、操作性强的特点。

温馨提示:该书电子课件下载方法:点击进入图书上显示的清华大学出版社网址,将该图书名称:酒店基础知识,输入到网页右上方搜索栏内并点击书名选项,随后点击搜索项。打开新的页面后,点击9787302300724后的链接地址,即可进入该书附件下载链接地址页面。打开新的页面后,见页面下方:网络资源:点击链接即可成功下载。

书籍目录

第一章 酒店概述

引导案例 酒店标准化之父——斯塔特勒

第一节 酒店的含义

- 一、酒店的概念
- 二、酒店及有关住宿设施类型及称谓
- 三、酒店组织部门构成

第二节 酒店演进史

- 一、世界酒店的演进史
- 二、中国酒店业的发展史

第三节 酒店的主要类型

- 一、根据酒店市场及客人特点分类
- 二、根据酒店计价方式分类
- 三、根据酒店规模分类
- 四、酒店的等级
- 五、我国旅游酒店的星级评定

第四节 经济型酒店概述

- 一、经济型酒店的发展历史
- 二、经济型酒店的定义、分类及特点
- 三、中国经济型酒店的发展现状
- 四、经济型酒店与星级酒店
- 五、中国经济型酒店行业的发展趋势

第二章 酒店集团

引导案例 香格里拉酒店集团Shangri-la

第一节 酒店集团的产生和发展

- 一、酒店集团的含义
- 二、国际酒店集团的产生与发展
- 三、酒店集团化经营的主要形式

第二节 酒店集团化经营的特色与优势

- 一、酒店集团的经营管理特色
- 二、酒店集团经营的主要优势

第三章 酒店组织管理

引导案例 北京某知名酒店组织管理诊断案例

第一节 酒店组织管理概述

- 一、酒店组织概念及酒店组织结构
- 二、酒店组织制度

第二节 酒店沟通

- 一、酒店沟通的目的和原则
- 二、沟通协调的种类和方法
- 三、酒店中沟通的障碍与控制

第四章 酒店产品

引导案例 以市场定位取胜的香港港丽酒店

第一节 酒店产品理论

- 一、酒店产品的概念
- 二、酒店产品的构成
- 三、酒店产品的特征
- 四、酒店产品的定位

第二节 酒店产品的开发

一、酒店产品的生命周期

二、酒店新产品的开发

第五章 酒店服务质量

引导案例 服务质量，酒店生存与发展的关键

第一节 酒店服务质量概述

一、酒店服务质量的含义

二、酒店服务质量的特点

三、酒店服务质量的内容

四、我国酒店业质量管理中存在的两大问题

第二节 酒店服务优势的建立途径

一、树立正确的服务观念

二、了解宾客的需求

三、强化培训来提高员工素质

四、大力推行标准化服务

五、坚持多样化与个性化服务

第三节 酒店服务质量评价体系

一、酒店服务质量评价的内容

二、酒店服务质量评价的准则

三、酒店服务质量的评价主体

第六章 酒店前厅部

引导案例 “It will do”与“ It won't do”的错位

第一节 前厅部的地位与功能

一、前厅部的地位

二、前厅服务的主要特点

三、前厅部机构设置

四、前厅部的功能

第二节 前厅部预订服务

一、预订的渠道

二、预订的方式

三、预订的种类

四、客房预订的程序

第三节 前厅部接待服务

一、接待准备

二、办理入住登记手续的目的与要求

三、入住登记程序

四、入住登记中的注意事项

五、问讯服务

六、查询服务

七、留言服务

八、邮件的处理

第四节 前厅部大堂服务

一、宾客迎送服务

二、行李服务

三、委托代办服务

第七章 酒店客房部

引导案例 日本邮政大臣喝厕水

第一节 客房部的功能及组织结构

一、客房部的地位和作用

二、客房部的主要任务

三、客房管理的基本要求

四、客房部的组织结构

第二节 客房产品与客房设施

一、客房类型

二、客房设计与装修

三、客房设备

第八章 酒店餐饮部

引导案例 是谁带错了厅房

第一节 餐饮部概述

一、餐饮部的地位

二、餐饮部的任务

三、餐饮部的组织结构及各部分的职责

四、我国餐饮业的发展历程及现状

第二节 酒店餐厅种类及餐饮特征

一、宴会厅

二、零点餐厅

三、自助式餐厅

四、特色餐厅

五、西餐厅

六、咖啡厅

七、酒吧

八、鸡尾酒廊

第三节 中餐厅的经营特点和中国各大菜系介绍

一、中餐厅的经营特点

二、中餐服务流程

三、中国各大菜系介绍

第四节 西餐厅的经营特点和西餐服务方式

一、西餐厅经营的特点

二、酒店西餐服务

第九章 酒店人力资源管理

引导案例 星级酒店人才为何频频跳槽

第一节 酒店人力资源开发与管理概述

一、酒店人力资源管理概念

二、酒店人力资源管理的内容

三、酒店人力资源规划的程序

四、酒店人力资源规划调整

第二节 酒店人力资源的开发

一、酒店员工招聘

二、酒店员工的培训

三、酒店员工激励

第十章 酒店销售部

引导案例 削价竞争还是服务竞争?

第一节 酒店销售部概述

一、酒店销售部的地位与作用

二、销售部的工作特点

三、销售部的工作任务

四、销售部组织结构

第二节 现代酒店产品营销分析

一、现代酒店经营管理战略的转变

二、现代酒店产品营销特点分析

三、现代酒店产品的营销策略

参考文献

《酒店基础知识》

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