

<<现代饭店管理>>

图书基本信息

书名：<<现代饭店管理>>

13位ISBN编号：9787040124644

10位ISBN编号：7040124645

出版时间：2003-8

出版范围：高等教育

作者：朱承强

页数：306

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>

<<现代饭店管理>>

前言

我和上海旅游高等专科学校常务副校长余炳炎教授于20世纪90年代合作编写的《现代饭店管理》一书自出版以来,已累计发行7万余册,广泛用于高等院校旅游与饭店管理专业的教学,受到社会普遍好评,曾荣幸地被评为上海高校优秀教材。

进入21世纪,随着服务经济时代的到来和我国加入WTO,传统的饭店经营理念、管理哲学、营销方法和服务手段,正受到全面挑战、发生重大变化。

为了能更好地反映饭店业发展的现状和趋势,以及现代管理理论、技术和方法在饭店管理中的应用,以更好地适应各类旅游高等院校饭店管理专业的专业教学和行业培训的需要,本书根据教育部普通高等教育“十五”国家级规划教材(高职高专教育)的要求,注重吸收中外饭店管理的最新研究成果,注意贴近饭店经营管理的实践,力求体现系统性、创新性和实用性三大特色。

本书根据“观念是先导、战略是方向、组织是基础、决策是关键、营销是龙头、质量是生命、人才是核心、效益是根本、创新是灵魂”这九大现代饭店经营管理的主题,构筑框架体系,内容包括概论、现代饭店的经营理念与实践、饭店经营战略的选择与实施、饭店的组织结构与管理体制、饭店投资决策的内容与方法、饭店市场营销的策划与实施、饭店服务质量的测定与控制、饭店人力资源的开发与管理、饭店经营绩效的分析与评价等。

本书内容曾多次在上海旅游高等专科学校饭店管理专业、全国旅游饭店管理专业证书班、全国旅游饭店总经理、部门经理岗位职务培训班等讲授,得到较高评价,被普遍认为具有理论与实际、系统与创新的相结合的特点。

为了适应高职高专教学模式的改革,本书在编写体例和编排形式的设计上,从有利于素质教育和能力培养的角度出发,做了一些尝试。

例如,在各章标题之下,列出本章的“学习目标”,便于学员掌握学习的主动权;又如,为了使学员真正理解并灵活运用现代饭店经营管理的基本理论、基本原则和基本方法,在某些重点章节内附有“案例研究”,以便组织学员进行讨论与分析。

再如,各章最后都列有“本章小结”,目的在于使学员对本章内容有一个完整、系统的理解。

紧随其后的“问题讨论”,其目的则在于启发学员思考、理解和运用本章“学习目标”中所要求掌握的基本内容。

另外,结合每章主题附有饭店经营管理实例,这些资料部分来自中外成功饭店经验的汇编,部分源于作者参与饭店管理咨询的成果浓缩,既有助于学员加深对本书内容的理解,也不失为饭店行业管理人员的有益参考。

<<现代饭店管理>>

内容概要

《现代饭店管理（高职高专教育）》是普通高等教育“十五”国家级规划教材（高职高专教育）

《现代饭店管理（高职高专教育）》系统地阐述了现代饭店管理的基本理论、基本方法和基本内容。为了突出系统性、实用性和创新性，根据现代饭店经营管理工作的实际需要，《现代饭店管理（高职高专教育）》列举了很多实例，在每章中安排了问题和讨论，以便提高学生应用所学理论分析问题、解决问题的能力。

全书共分九章，内容包括概论、现代饭店的经营理念与实践、饭店经营战略的选择与实施、饭店的组织结构与管理体制、饭店投资决策的内容与方法、饭店市场营销的策划与实施、饭店服务质量的测定与控制、饭店人力资源的开发与管理、饭店经营绩效的分析与评价。

《现代饭店管理（高职高专教育）》可作为高等职业院校、高等专科院校、成人高等学校、本科院校举办的二级职业技术学院、民办高校和自学考试饭店管理专业的教材，也可作为饭店行业管理人员的学习用书。

书籍目录

第一章 概论第一节 饭店概述第二节 饭店的历史沿革第三节 饭店管理的理论基础资料 饭店星级的划分及评定标准第二章 现代饭店的经营理念与实践第一节 从“CI”到“CS”经营理念的演变第二节 从“CS”到“CL”经营理念的演变第三节 从“CL”到“ES”经营理念的演变实例 著名饭店企业的经营理念第三章 饭店经营战略的选择与实施第一节 饭店经营战略的内容与制定过程第二节 饭店经营战略的模式与选择方法第三节 饭店通用竞争战略的选择与实施实例 中外成功饭店的经营战略第四章 饭店的组织结构与管理体制第一节 饭店组织结构的内涵与形式第二节 饭店组织设计的任务与程序第三节 现代饭店的企业制度实例 现代饭店组织系统介绍第五章 饭店投资决策的内容与方法第一节 饭店筹资方式与策略的选择第二节 饭店投资的可行性研究第三节 饭店投资决策的分析技术资料 饭店可行性研究报告的内容第六章 饭店市场营销的策划与实施第一节 饭店市场营销概述第二节 饭店市场营销分析与策划第三节 饭店市场营销组合策略第四节 饭店市场营销活动的管理第五节 现代饭店市场营销的发展实例 饭店市场营销策划书第七章 饭店服务质量的测定与控制第一节 饭店服务与饭店服务质量第二节 饭店服务质量测定第三节 饭店服务质量的控制实例 顾客满意度问卷调查表第八章 饭店人力资源的开发与管理第一节 饭店人力资源管理的任务第二节 饭店人力资源计划与实施第三节 饭店员工行为的引导和控制实例 香格里拉饭店员工培训项目与计划第九章 饭店经营绩效的分析与评价第一节 饭店财务报告的分析第二节 饭店经营绩效的评价实例 饭店综合实力评价体系参考文献

章节摘录

3.建立员工忠诚感 香格里拉相信有了忠诚的员工才会有忠诚的客人。因此在努力提高员工素质的同时,十分关心员工是否满意。在人力资源的管理上,香格里拉努力做到以下几点:创造一种员工感到自身价值受到认可,并且有参与感的工作环境;使员工能看到自己将来事业发展的方向;提供具有竞争力的工作与福利。从长远的观点聘用有潜力的员工,向员工投资,促使他们个人的发展,鼓励每个人实现事业发展目标的积极性。

在物质方面,香格里拉饭店的工资比同行相对要高,这既是招徕人才的吸引力,又降低了员工的流动率。

此外,集团还着重在下列方面加强工作,具体包括: (1) 重视培训。

为早日成为亚洲饭店业的龙头并实现2000年战略计划,香格里拉国际酒店管理集团一直把培训列为通向企业经营成功的重要一环。

集团每年的培训预算在同行企业中都一直名列前茅。

培训的性质分为知识培训(如:入职教育,香格里拉情,酒店产品知识)和技能培训(如:各部门的岗位实际操作)。

从入职的第一天起,新员工就将自己融合到香格里拉这个大家庭之中。

整个人职培训将从集团历史开始,使学员了解集团的经营之道、待客原则、企业文化和服务意识,使每名学员都感到成为香格里拉集团的成员所肩负的使命感。

在日常的工作中,各部门的员工平均每月都要参加一次技能培训,旨在提高本部门的待客服务技能。

同时还要接受有规律的部门交叉培训,如电话班的成员应熟悉客房和餐饮部的知识,以便更好地了解客人的需求。

香格里拉强调培训的目的是教授(ARMS)学员知识和技能。

这里ARMS指的是: A: 可见的,即能够观察学员的行为;例如:我们可以观察到学员在笑,但却无法观察到学员对礼仪的觉悟如何。

R: 相关的,即对成功地履行其职责必不可少的知识与技能;例如:客房服务员必须会做床,但前台接待员知道如何做床会更好。

M: 可衡量的,即可清楚地、毫无疑义地量化;例如:接到传真后30分钟内送到客房。

s: 具体的,即说明我们的意思到底是什么,我们所指的是哪个方面的行为。

例如:学员将学会使用商务中心设备,这句话是不具体的。

我们应该说的是,学员应学会使用松下Fxl60传真机。

(2) 中高层干部实行不定期轮岗制。

一来防止饭店内的裙带关系和利用职权牟取私利,二来丰富中高层管理人员的经验,使他们熟悉本集团在不同地区的运作和业务,为集团培训高质量的管理人才。

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>