

<<导游技巧与模拟导游>>

图书基本信息

书名：<<导游技巧与模拟导游>>

13位ISBN编号：9787302216322

10位ISBN编号：7302216320

出版时间：2010-4

出版时间：清华大学出版社

作者：窦志萍

页数：320

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>

<<导游技巧与模拟导游>>

前言

旅游者选择旅游目的地、旅游景区（点）是因为在那里有能满足他们求新、求奇、求知、求异的目的吸引物。

旅游活动是一项综合性的审美活动，游客在外出前可能会对旅游目的地做一些了解，但做不到全面了解，特别是专业性知识、具有地方特色的文化等难以全面掌握；旅游者在游览方式、审美途径等方面都需要有人帮助，对景物的细节审美更需要有人指点和解释；旅游者外出旅游希望能全身心地投入到游览及审美体验中，与旅游相关的一些“杂事”最好有人代劳；旅游者希望在旅途中愉悦身心……为满足游客的这些需要，各景区就需向游客提供导游服务。

作为旅游目的地，旅游产业的发展需要开发旅游资源、建设旅游景区（点），通过旅游活动传播旅游目的地的文化。

为发展旅游产业，旅游目的地不断地挖掘自身的文化内涵，希望通过旅游产业发展促进区域经济文化的发展。

学者们研究的成果可通过景区建设，以物化景物向游客展示，但其丰富的内涵难以展示。

所以，当地文化的最佳传播途径就是通过导游服务。

在为游客提供导游服务的过程中，通过导游员有针对性的导游讲解，不仅能帮助旅游者实现旅游动机，同时还能把专家学者们的研究成果进行宣传推广，构建知识与旅游者间的桥梁。

导游员作为旅游产品的最终实现者，被称为“旅游业的灵魂”。

在旅游的三大要素中，作为旅游活动主体的游客对旅游业的发展起到了关键性的影响作用，而影响游客旅游活动的关键就是当地的旅游服务，而导游服务在所有旅游服务中处于主导地位，是旅游服务的核心和焦点。

然而，长期以来，在旅游教育和旅游研究中，人们更多地关注于资源、风景区、旅游市场及旅游饭店的研究，在旅游研究中忽略了旅游业发展中的一个重要的因素——导游。

“一个出色的导游带来一次成功的旅游活动”、“祖国江山美不美，全凭导游一张嘴”。

作者多年的科研实践成果表明，一个地方导游服务质量的高低和导游员素质、能力、水平的高低，直接影响到了区域旅游业的可持续发展。

高质量的导游服务需要高质量的导游人才，高质量导游人才的培养需要有效的教学 and 高质量的教材。导游工作是一项集知识、语言、技能为一体的艺术性的服务工作，在人才培养过程中，关键的一个教学环节是进行综合知识运用、知识与技能的有机结合训练，把服务上升为艺术。

为了满足和适应旅游产业发展，需要高质量、高素质的导游人才的加入。

本书第一版自2006年出版以来，取得了较好的社会效益。

由我讲授的“导游技巧与模拟导游”这一课程成为云南省第一批省级精品课程，本人被授予了“云南省高等学校教学、科研带头人”的称号，并被评为“云南省教学名师”。

由我领衔的旅游管理教学团队、主持的“旅游应用型人才培养模式创新实验区”分别被评为“云南省省级教学团队”和首批“云南省人才培养模式创新实验区”。

经过几年的教学与科研实践的检验，针对导游工作出现的新问题和旅游行业发展的新形势，在做了大量跟踪调查研究的基础上，我对原书进行了提升和改进，在理论和实践方面都更贴近于当前旅游产业发展的现实。

本书在写作及修订过程中得到了旅游界同行的支持，专家们提出了良好的建议，导游朋友们提供了有效的信息，还参考了大量的文献资料，谨致感谢！

本书的出版得到了清华大学出版社邓婷女士的大力支持和帮助，谨致真诚的谢意！

由于时间仓促，而导游服务方面的研究又是一个新兴的课题，尚有许多需要深入研究探讨的问题，书中疏漏和不当之处在所难免，恳请同行专家、学者、广大师生和旅游界的朋友们批评指正。

<<导游技巧与模拟导游>>

内容概要

本书从理论分析入手，结合导游工作的特点，理论与实践结合，强调实用性和可操作性，对导游员应具备的导游语言和导游艺术技巧作了详尽的分析，并结合旅游实际，对各类典型的旅游吸引物，包括典型的自然和人文景观的导游服务程序、线路安排、审美引导、实地导游讲解内容的选择和实景导游作了各具特色的分析介绍，对导游员的实际工作具有指导作用。

通过本书的学习，可以达到举一反三的效果，读者能够学会并全面掌握导游服务和导游讲解的要领，熟练进行导游服务的讲解工作。

本书既可作为高等院校旅游专业的教材，也可作为导游人员年检培训、提高导游服务质量和导游人员素质的培训教材，还可作为导游人员等级考试用书。

旅游爱好者通过此书可获取相关的旅游常识、了解各种旅游景点的旅游方式和方法，是旅游者“无声的导游”。

<<导游技巧与模拟导游>>

书籍目录

绪论 第一节 导游服务与导游员 第二节 导游服务程序 上篇 导游技巧与导游艺术篇 第一章 导游语言技巧及运用 第一节 导游语言概述 第二节 导游语言口语表达技能 第三节 导游词及导游词创作 本章小结 关键概念 课堂讨论题 复习思考题 实训 第二章 导游艺术与讲解技巧 第一节 导游服务质量与导游艺术 第二节 导游讲解技巧 本章小结 关键概念 课堂讨论题 复习思考题 实训 第三章 “六大要素”导游服务及讲解技巧 第一节 “吃”的服务与讲解 第二节 “住”的服务与讲解 第三节 “行”的服务与讲解 第四节 “游”的服务与讲解 第五节 “购”的服务与讲解 第六节 “娱”的服务与讲解 本章小结 关键概念 课堂讨论题 复习思考题 实训 下篇 典型旅游景观导游讲解 第四章 景观与景观导游 第一节 旅游景观概述 第二节 景观赏析与导游 本章小结 关键概念 课堂讨论题 复习思考题 第五章 山水景观导游——带游客“游山玩水” 第一节 地质、地貌及山岳知识 第二节 山地及特殊地貌景观游览与导游讲解 第三节 水域水体景观导游 本章小结 关键概念 课堂讨论题 复习思考题 实训 第六章 其他自然景观导游 第一节 动植物景观导游 第二节 气候、气象景观导游 第三节 天体及天象景观导游 本章小结 关键概念 课堂讨论题 复习思考题 实训 第七章 中国传统古建筑游览与导游 第一节 中国传统古建筑概况 第二节 传统古建筑游览与导游讲解 第三节 中国古典园林游览与导游讲解 第四节 古镇民居导游 第五节 佛教、道教寺观游览与导游讲解 本章小结 关键概念 课堂讨论题 复习思考题 实训 第八章 民族文化与民俗风情导游 第一节 民族文化与民俗风情导游常识 第二节 民族、民俗与导游讲解 本章小结 关键概念 课堂讨论题 复习思考题 第九章 博物馆与主题公园导游 第一节 博物馆导游 第二节 主题公园导游 本章小结 关键概念 课堂讨论题 复习思考题 第十章 特种旅游活动与导游 第一节 特种旅游概述 第二节 徒步旅游导游 第三节 其他特种旅游活动 本章小结 关键概念 课堂讨论题 复习思考题 参考文献 中华人民共和国国家标准导游服务质量

<<导游技巧与模拟导游>>

章节摘录

插图：“祖国江山美不美，全凭导游一张嘴”，人们常说“导游员是靠语言吃饭的”。

因此，熟练掌握并正确使用语言是对导游员最起码的要求。

导游词是导游员进行实地口语导游的基础和前提，创作导游词是导游员必备的能力。

学习目标掌握导游语言的基本类型、基本特点及运用原则；了解导游语言及导游词概念、功能和关系；掌握导游词创作的程序和要领，根据个人的特点熟练创作导游词，并运用导游语言模拟讲解。

教学建议教师必须从理论上讲清导游语言的特点及运用原则，根据例句对学生进行导游语言表达与运用训练，方式以教师示范与学生模拟相结合；对导游词的基本概念和创作表述方法要从理论的高度进行总结分析，教师设定范围及特定的游客群体，学生进行笔头及口头导游词创作，把握导游词创作、表述的基本要素。

第一节 导游语言概述倘若导游是生产者的话，语言就是用于生产的原料。

要生产好的产品，必须重视原料的质量。

导游服务的核心在于“说”，通过对景物的讲解，引导游客“进入”景中的意境。

通过优美的导游语言和好口才，灵活的导游技巧，可以使一棵老树、一尊怪石、一座庙宇显得不同寻常。

一、导游语言的基本概念、作用及功能（一）基本概念好游是人之天性，但大部分游客不是专家，他们对各地的地理、历史、风俗、景物等不可能全面了解。

游客到了旅游目的地后，都希望能尽快获取相关的旅游信息。

为旅游者提供信息的途径和渠道是多样化的，但最直接、最有效的方式是通过导游员的讲解和服务。

而导游员为了向游客传达所需要的信息，就必须通过语言来完成。

语言是为了交际的目的而用于传递信息的一种工具，是人类沟通信息、表达和交流思想感情的一种重要的交际手段。

从旅游产业发展的角度分析，如果说导游员是生产者，那么，他们的生产工具便是导游语言。

导游语言堪称旅游的第二道风景。

导游是一种职业，导游语言是一种行业语言。

从狭义上看，导游语言是导游员同游客交流思想、指导游览、进行讲解、传播知识、与旅游活动密切相关而具有丰富表达能力的、生动形象的一种口头语言；从广义上看，导游语言应该是导游员在导游过程中必须熟练掌握和运用的所有具有一定意义并能引起互动的一种符号。

这里的“所有”，不仅包括口头语言，而且包括书面语言、态势语言和副语言等；“具有一定意义”，是指能传递某种信息，如讲解（介绍）旅游资源及文化，引导游客去发现美、了解美和欣赏美；“引起互动”，就是指信息接受者（游客）在一定的感受基础上所产生的一种交换行为；“一种符号”，是指导游过程中有意义的媒介物——语言。

（二）作用1. 畅通信息传递导游活动中的信息传递，不但要具有“物理效应”，即准确、清晰，更应该注重信息能引起的最佳“社会效应”。

在特定语言环境中，作为导游语言不能机械地省略信息，应注意辅助信息的“润滑”作用。

下面两种回答方式对游客产生的效果完全不同。

游客问：“导游，距离南天门还有多远？”

”导游回答1：“快了！”

”导游回答2：“大约还有两公里，半小时就能到，您别急，慢慢走”。

<<导游技巧与模拟导游>>

编辑推荐

《导游技巧与模拟导游(第2版)》：普通高等学校旅游管理教材

<<导游技巧与模拟导游>>

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>