

<<导游服务学概论>>

图书基本信息

书名：<<导游服务学概论>>

13位ISBN编号：9787503213670

10位ISBN编号：7503213671

出版时间：2003-1

出版时间：中国旅游出版社

作者：陈邦媛,陶汉军,黄松山

页数：365

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>

<<导游服务学概论>>

前言

前言 新中国成立以来，特别是改革开放之后，随着我国旅游业的迅速发展，导游人员队伍不断扩大，导游服务已成为我国诸种社会职业中的一种职业。

在长期的导游工作实践中，我国导游人员积累了十分丰富的经验，不少导游人员分别从不同角度进行了总结。

1989年起，为适应旅游业发展的需要，国家旅游局组织了全国导游资格考试，先后组织编写了几个版本的导游考试教材，将导游服务应具备的知识和技能系统化。

但是，这些教材主要是从业务工作的角度来编写的，从而给人以导游服务只有“实干”没有理论的印象，甚至还有人认为导游服务就是导游人员陪同游客“吃喝玩乐”、“耍嘴皮子”。

上述看法不仅严重地制约了导游服务理论的研究和学科建设，而且也影响了我国导游服务质量迈上新的台阶。

正是基于这种考虑，本书力图在汲取、借鉴相关学科理论和参考同行经验总结与研究成果的基础上，对导游服务学的学科体系进行尝试性的探索。

由于我们理论水平所限，书中不当之处在所难免，敬请读者、导游人员和专家们批评指正。

本书各章均配有思考题和案例，可作为导游专业的院校专业教材，对于在职导游人员也具有参考意义。

作者 2002年6月10日

<<导游服务学概论>>

内容概要

《导游教材系列：导游服务学概论》论述了导游服务的产生和发展，导游服务的性质、地位和作用，导游服务学的研究对象，以及导游人员的从业素质、职业形象等问题。

<<导游服务学概论>>

书籍目录

第一章 导游服务学的研究对象 第一节 导游服务的产生和发展 一、古代的几导服务 二、近代的导游服务 三、现代的导游服务 四、我国导游服务的发展历程 第二节 导游服务的性质、地位和作用 一、导游服务概念 二、导游服务的性质 三、导游服务在旅游接待服务中的地位和作用 第三节 导游服务学的研究对象 一、导游服务学的学科性质 二、导游服务学的研究对象、结构和内容 三、导游服务学与相关学科的关系 四、导游服务学的研究方法 第二章 导游服务的客体 第一节 旅游需要 一、旅游需要的产生 二、旅游需要的特点 三、旅游需要体系 第二节 游客的旅游动机和心理特征 一、旅游动机及其分类 二、游客的一般心理特征 三、不同游客的心理特征 第三节 游客的旅游行为 一、游客旅游行为模式 二、游客的一般行为表现 三、不同特征游客的行为表现 第三章 导游服务的主体 第一节 导游人员角色定位 一、角色的含义 二、导游人员角色定位 三、导游人员角色学习和角色认知 四、导游人员角色冲突、角色一致与角色转换 第二节 导游人员的从业素质 一、高尚的思想品德 二、合理的知识结构 三、较强的业务能力 四、身心健康 第三节 导游人员的职业形象 一、仪容、仪表 二、仪态 三、礼貌、礼节 第四章 导游服务终极目标、服务领域与原则 第一节 导游服务的终极目标与主要职能 一、导游服务的终极目标 第五章 导游服务体系和服务规范 第六章 导游带团艺术 第七章 导游语言艺术 第八章 导游讲解艺术 第九章 旅游故障的预防与处理 第十章 导游服务模式 and 规律性

<<导游服务学概论>>

章节摘录

书摘 一、旅游需要的产生 旅游需要是人们的一种消费需要。

旅游消费的代价甚为昂贵，既费钱，又费时，还要付出不少的体力和精力，为什么人们还会产生旅游需要呢？旅游需要的产生是由于人们的内部因素和外部因素共同作用的结果。

(一)内部因素 心理学研究表明，人的需要产生于未被满足的欲望。

未被满足的欲望会引起人自身内部的一种紧张状态，这种紧张状态会产生一种内在的驱动力量，促使人们产生满足这一欲望的需要。

人们正是通过使需要得到满足的行为使自己有意无意地摆脱所处的紧张状态。

人们一旦某种需要得到满足之后，又会产生新的需要。

所以，从个人来说，人们的生活正是在需要—满足—新的需要的规律作用下变得丰富多彩，而人类社会也正是由于这一规律的作用而不断推向前进。

旅游需要是在人们的基本生活需要得到满足之后产生的。

人们的食、住、行是一种维持生存的基本需要，属于先天的需要，而旅游需要则是一种后天的需要。

它是在对社会、文化和环境的反应和适应过程中学习得来的，是在社会实践中形成的。

人是生活在社会环境之中的，社会生产力的发展，社会关系的变化，社会中人与人之间的交往等都会引起人们心理上的反应。

旅游需要正是在一定的社会环境下人们主观心理状态的一种反应。

(二)外部因素 外部因素是指人们所处的社会环境因素。

人是社会的一员，社会环境的变化会对其心理产生刺激作用，促使他做出相应的反应，虽然反应的程度和采取的行为方向会因人而异。

社会环境因素主要有： 1. 经济因素 经济因素对人们产生旅游需要的作用主要表现为两个方面，一是社会生产力的发展将会引起人们收入水平的提高。

人们在满足其基本生活需要之后，剩余的可自由支配收入会促使他进一步将其需要的方向转入社会消费、文化消费或精神消费。

当然，不同的人会按照自己的需要来支配属于自己的那部分多余的金钱，有的人可能用它来购买社会保险，有的人可能将其用于接受教育，有的人则可能用它来出外度假。

可见，收入水平的提高是促使人们产生旅游需要的物质基础。

二是社会劳动生产率的提高引起人们余暇时间的增多。

人们除了工作时间、满足生理需要的生活时间以及必要的社会活动时间外，也需要考虑如何支配剩余的属于自己的可支配的时间。

同样，不同的人会有不同的支配方式，其中出外旅游也是选择之一。

余暇时间增多为人们产生旅游需要提供了时间上的保障。

由此观之，经济因素是旅游需要产生和实现的最重要的社会环境因素。

这是第二次世界大战以后，特别是20世纪60年代以来大众旅游蓬勃发展的主要原因。

一、导游服务的终极目标 旅游接待服务是一种商业性服务，目的是促成旅游产品价值的实现。

与物质产品的价值在销售中实现不同，旅游产品价值是在消费中实现的。

也就是说，只有当游客(消费者)亲自来到旅游目的地进行实地消费，旅游产品的价值才能最终实现。

并且，旅游产品的消费又是一个在消费者不熟悉的环境中在时间序列上相对较长的连续过程，因而这种消费常常需要有专职人员提供全方位、全过程的服务，这就是由旅游产品的生产者——旅行社派出的导游人员所提供的导游服务。

根据旅游产品生产者和旅游产品消费者的这种关系以及旅游产品消费的特点，导游服务的终极目标应是实现游客的最大满足和旅行社最大利益的统一。

(一)游客的最大满足 游客的最大满足是指游客发自内心的对导游服务和通过导游服务对相关单位提供的产品和服务的感受达到最大满意的程度。

这就是说，游客的满足除了导游服务自身给其带来的利益之外，还包括由导游服务所连接的旅游过程中其他接待单位提供的产品与服务给其带来的利益。

<<导游服务学概论>>

只有这两方面的利益之和达到最大时，游客才会感受到最大的满足。

人们购买旅游产品像购买其他商品一样，目的是为了得到他所需要的利益。

只有当游客从购买整体的旅游产品中获得最大利益时，他才会有最大的满足。

游客感受最大满足的利益包括三个方面，即期望利益、隐含利益和附加利益。

期望利益是游客在购买旅游产品时所预知的利益，即游客自己或通过客源地旅行社同目的地旅行社所达成的约定或签订的合同中规定的利益。

这种利益在购买时便已知晓，例如他将到什么地方去旅游，有哪些游览项目，享受何种等级的旅游服务，将会接受到哪些方面的服务等。

期望利益是旅行社销售旅游产品时向购买者承诺提供的利益，也即旅游产品对游客应具有的使用价值，它包括行、游、住、食、购、娱这些旅游活动的开展应具备的基本功能，以满足游客旅游中对交通、游览、住宿、饮食和娱乐的需要。

隐含利益是指旅游产品应包含的然而游客购买时不一定知晓的利益。

它包括游客购买旅游产品后旅游目的地为其保证的各种合法权益，即除了游客应该享受的按约定或合同规定的内容进行旅游的权利外，还包括享受旅游过程中人身、财物安全的权利，旅行社提供的服务要质价相符的权利，旅行社应就游客提出的有关旅游项目和服务质量的询问做出真实、明确答复的权利，游客了解旅游目的地情况和居民习俗的权利，保护游客旅游期间不受黄、赌、毒损害的权利以及游客合法权益受损时向旅游目的地有关机构投诉的权利等。

一、导游讲解的概念与属性 (一)导游讲解的概念 导游讲解是导游人员以丰富多彩的社会生活和璀璨壮丽的自然和人文景观为题材，以兴趣爱好不同、审美情趣各异的游客为对象，对自己掌握的各类知识进行整理、加工和组织，用口头语言进行的一种意境再创造。

导游讲解是导游人员的主要职责之一。

如前所述，导游讲解涉及的知识领域很广，导游人员要做好导游讲解，首先要熟悉和掌握广博的知识；其次要将这些知识根据需要，运用逻辑思维的方法把它们组织起来，使之条理化；最后再将它们用简洁明快的口头语言表达出来。

可见，导游讲解不仅涉及语言的有效表达，而且又是一个复杂的思维过程，是一种创造性的劳动，即通过导游人员的智力创造出一件件满足游客需要又具有感染力的艺术晶——一篇篇的导游词。

每一篇导游词都是一种意境的再创造。

(二)导游讲解的属性 导游讲解是导游人员对游客进行的面对面的讲解，其目的是满足游客求知、求奇、求新、求异、求美的欲望。

因此，导游人员为使这种讲解富有成效，圆满地实现其目的，导游讲解需具有如下属性： 1. 思想性 思想性即政治倾向性。

导游讲解主要是向游客介绍一个国家、地区和民族的历史和文化方面的知识，然而任何国家、地区或民族都具有一定的社会制度的背景，所以导游讲解都不可能超越这种背景来进行。

社会主义国家的导游人员是这样，资本主义国家的导游人员也是如此。

不同的是，不同社会制度下的导游讲解所反映的思想性不同。

在社会主义的中国，导游讲解的思想性主要包括两个方面：一是在指导思想上的政治倾向性。

导游人员要自觉地把热爱祖国、热爱社会主义贯穿于导游讲解的全过程，无论是景观介绍，还是同游客的交谈或进行专题讲解，要充满对祖国悠久历史文化、壮丽河山的热爱和对社会主义建设事业的热忱，将祖国的形象、荣誉，民族的尊严，社会主义制度的优越性融入导游讲解之中；二是在讲解内容上的健康性。

导游人员在知识的猎取，资料的整理、加工，导游词的构思和编写都应具有敏锐的思想鉴别能力，要判明是非，识别善恶，分清荣辱，以保证导游讲解内容的健康无害。

与此同时，在导游讲解中，对来自游客的形形色色的低级的、庸俗的和颓废的东西要不为其所惑，要自觉地进行抵制，使导游讲解内容的健康性免于干扰。

2. 知识性 知识性是导游讲解的基本属性。

导游讲解的主要任务就是传播知识，帮助游客了解旅游目的地的历史、文化、社会等方面的人和事，以满足游客求知、求新、求奇、求异的需要。

<<导游服务学概论>>

导游人员为要传播好游客需要的知识，导游讲解不仅在内容上要充实，符合客观实际，有根有据，而且在条理上要清楚，语言上要通俗，易为游客理解和接受，既不能空洞无物，又不能杂乱无章，否则，导游讲解的知识性就要大打折扣。

导游讲解除了景点景观的介绍之外，还包括与游客的交谈、回答游客的问询以及专题讲解，它们都是知识传播的渠道。

所以，导游人员既要注重景点景观的介绍，也要重视其他知识传播渠道的讲解。

它们既组成了导游讲解的体系，也是导游人员进行知识传播的体系。

.....

<<导游服务学概论>>

媒体关注与评论

前言新中国成立以来，特别是改革开放之后，随着我国旅游业的迅速发展，导游人员队伍不断扩大，导游服务已成为我国诸种社会职业中的一种职业。

在长期的导游工作实践中，我国导游人员积累了十分丰富的经验，不少导游人员分别从不同角度进行了总结。

1989年起，为适应旅游业发展的需要，国家旅游局组织了全国导游资格考试，先后组织编写了几个版本的导游考试教材，将导游服务应具备的知识和技能系统化。

但是，这些教材主要是从业务工作的角度来编写的，从而给人以导游服务只有“实干”没有理论的印象，甚至还有人认为导游服务就是导游人员陪同游客“吃喝玩乐”、“耍嘴皮子”。

上述看法不仅严重地制约了导游服务理论的研究和学科建设，而且也影响了我国导游服务质量迈上新的台阶。

正是基于这种考虑，本书力图在汲取、借鉴相关学科理论和参考同行经验总结与研究成果的基础上，对导游服务学的学科体系进行尝试性的探索。

由于我们理论水平所限，书中不当之处在所难免，敬请读者、导游人员和专家们批评指正。

本书各章均配有思考题和案例，可作为导游专业的院校专业教材，对于在职导游人员也具有参考意义。

作者

2002年6月10日

<<导游服务学概论>>

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>