

<<导游理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<导游理论与实务>>

13位ISBN编号：9787503231629

10位ISBN编号：7503231629

出版时间：2007-6

出版时间：中国旅游

作者：生延超

页数：367

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>

## &lt;&lt;导游理论与实务&gt;&gt;

## 内容概要

在教材编写过程中,我们力图根据教育部教育教学改革的要求,紧紧围绕理论与实践相结合这一主题,致力于体现教学改革最新理念,争取在结构、内容等方面有所创新,希望能给学生提出更多、更新、更系统、更具指导意义的基本理论和知识,以便使学生更好地了解和掌握导游理论的基本知识和基本技能。

本教材具有以下一些特色: 一是充分吸收先进理论。

我国虽然拥有丰富的旅游资源,但旅游服务一直是制约我国旅游业由旅游大国向旅游强国转变的障碍,因此借鉴国外导游理论及实务,能够很好地为我国导游队伍的发展和完善起到借鉴作用。

本教材同时也吸收国内有关导游业务方面的诸多教材,吸收各位作者的思想 and 观点,力争体现旅游学科深厚的理论基础。

二是重视理论与实践的紧密结合。

旅游是一门学科也是一种产业,导游服务又是旅游业发展的关键,它拒绝空洞的说教,而注重理论与实践的结合,注重把理论运用于实践,通过实践来不断地修正理论、完善理论。

本教材为了贴近现实,体现实务,精选各类案例,尽力体现导游学的实践性、现实性和务实性,在内容上尽可能利用简明案例和操作实务把理论与实践紧密结合,使读者学有所获,学以致用。

三是体例灵活,结构严谨。

旅游教学尤其重视触类旁通和学以致用,在教师“教”的过程中,传授的不仅是知识,还应该包括实践经验、具体的操作方法以及一种对旅游行业发展的把握能力、观察能力和独立思考能力;学生在“学”的过程中,不仅要把握本教材的主旨,还要把握过程和方法。

本教材每一章都以确切的案例与分析作为引子,提出学习目的、主要内容,开门见山。

直奔主题,中间又穿插大量的小思考、案例及分析、知识窗等,力争使学生和老师都能全面把握,运用案例,穿插经验,生动教学,趣味学习,张扬师生的个性,形成良好的互动,领悟导游理论与实务的精华。

## &lt;&lt;导游理论与实务&gt;&gt;

## 书籍目录

第一编 导游及导游服务的相关概念	第一章 导游和导游学	第一节 导游的起源与发展
一、古代导游的萌芽时期	二、近代导游的产生时期	三、现代导游的发展时期
二、近代导游的产生时期	三、现代导游的发展时期	第二节 导游学的研究及其相关理论
三、现代导游的发展时期	第二节 导游学的研究及其相关理论	一、导游及导游学的概念
第二节 导游学的研究及其相关理论	一、导游及导游学的概念	二、导游学研究的意义
一、导游及导游学的概念	二、导游学研究的意义	三、导游学的研究对象及任务
二、导游学研究的意义	三、导游学的研究对象及任务	四、导游学的研究方法
三、导游学的研究对象及任务	四、导游学的研究方法	五、导游学的相关学科
四、导游学的研究方法	五、导游学的相关学科	第二章 导游服务
五、导游学的相关学科	第二章 导游服务	第一节 导游服务的产生与发展
第二章 导游服务	第一节 导游服务的产生与发展	一、导游服务的概念
第一节 导游服务的产生与发展	一、导游服务的概念	二、世界导游服务的产生与发展
一、导游服务的概念	二、世界导游服务的产生与发展	三、我国职业导游员的出现和发展
二、世界导游服务的产生与发展	三、我国职业导游员的出现和发展	四、新形势下对我国导游员的要求
三、我国职业导游员的出现和发展	四、新形势下对我国导游员的要求	第二节 导游服务的地位及作用
四、新形势下对我国导游员的要求	第二节 导游服务的地位及作用	一、导游服务的地位
第二节 导游服务的地位及作用	一、导游服务的地位	二、导游服务的作用
一、导游服务的地位	二、导游服务的作用	第三节 导游服务的类型与范围
二、导游服务的作用	第三节 导游服务的类型与范围	一、导游服务的类型
第三节 导游服务的类型与范围	一、导游服务的类型	二、导游服务的范围
一、导游服务的类型	二、导游服务的范围	第四节 导游服务的性质、特点与原则
二、导游服务的范围	第四节 导游服务的性质、特点与原则	一、导游服务的性质
第四节 导游服务的性质、特点与原则	一、导游服务的性质	二、导游服务的特点
一、导游服务的性质	二、导游服务的特点	三、导游服务的原则
二、导游服务的特点	三、导游服务的原则	第三章 导游人员
三、导游服务的原则	第三章 导游人员	第一节 导游人员概述
第三章 导游人员	第一节 导游人员概述	一、导游人员的概念
第一节 导游人员概述	一、导游人员的概念	二、中国导游人员的分类
一、导游人员的概念	二、中国导游人员的分类	第二节 导游人员的职责
二、中国导游人员的分类	第二节 导游人员的职责	一、导游人员的基本职责
第二节 导游人员的职责	一、导游人员的基本职责	二、海外领队、全陪、地陪和景区景点导游人员的职责
一、导游人员的基本职责	二、海外领队、全陪、地陪和景区景点导游人员的职责	第三节 导游人员的职业素质
二、海外领队、全陪、地陪和景区景点导游人员的职责	第三节 导游人员的职业素质	一、优良的道德品质
第三节 导游人员的职业素质	一、优良的道德品质	二、深厚的知识底蕴
一、优良的道德品质	二、深厚的知识底蕴	三、多样化的工作能力
二、深厚的知识底蕴	三、多样化的工作能力	四、一定的创新能力
三、多样化的工作能力	四、一定的创新能力	五、良好的身体素质和心理素质
四、一定的创新能力	五、良好的身体素质和心理素质	第四节 导游人员的职业形象
五、良好的身体素质和心理素质	第四节 导游人员的职业形象	一、导游人员的仪容、仪表及仪态
第四节 导游人员的职业形象	一、导游人员的仪容、仪表及仪态	二、导游人员的行为举止
一、导游人员的仪容、仪表及仪态	二、导游人员的行为举止	第二编 导游规范服务能力
二、导游人员的行为举止	第二编 导游规范服务能力	第四章 旅游消费行为及导游服务策略
第二编 导游规范服务能力	第四章 旅游消费行为及导游服务策略	第一节 旅游消费行为
第四章 旅游消费行为及导游服务策略	第一节 旅游消费行为	一、游客的需求
第一节 旅游消费行为	一、游客的需求	二、个体游客的需求差异
一、游客的需求	二、个体游客的需求差异	三、游客消费行为
二、个体游客的需求差异	三、游客消费行为	第二节 影响旅游消费行为的因素
三、游客消费行为	第二节 影响旅游消费行为的因素	一、心理因素
第二节 影响旅游消费行为的因素	一、心理因素	二、社会环境因素
一、心理因素	二、社会环境因素	第三节 旅游服务营销策略
二、社会环境因素	第三节 旅游服务营销策略	一、旅游活动各阶段游客的心理特征
第三节 旅游服务营销策略	一、旅游活动各阶段游客的心理特征	二、旅游服务营销策略选择
一、旅游活动各阶段游客的心理特征	二、旅游服务营销策略选择	第五章 团队导游服务程序
二、旅游服务营销策略选择	第五章 团队导游服务程序	第六章 散客导游服务程序
第五章 团队导游服务程序	第六章 散客导游服务程序	第三编 导游服务技能
第六章 散客导游服务程序	第三编 导游服务技能	第四编 特别问题处理与应变能力
第三编 导游服务技能	第四编 特别问题处理与应变能力	第五编 导游服务规范与管理
第四编 特别问题处理与应变能力	第五编 导游服务规范与管理	附录参考文献
第五编 导游服务规范与管理	附录参考文献	

<<导游理论与实务>>

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>