

<<导游业务实用教程>>

图书基本信息

书名：<<导游业务实用教程>>

13位ISBN编号：9787506456333

10位ISBN编号：7506456338

出版时间：2009-7

出版时间：中国纺织出版社

作者：冯云艳 主编

页数：274

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>

<<导游业务实用教程>>

内容概要

本书从理论和实践的结合入手，系统地介绍了导游的基础知识、服务技能及重要的业务工作和流程，并通过一定数量的案例分析，尽可能使读者对导游工作有一个比较真切的体会，使读者在学习导游业务理论的同时，获得对导游工作实际情况的一般了解。

针对日益兴起的户外探险游，本书设置了户外领队一章，很具有新颖性和实用性。

本书共分八章：第一、二章主要介绍导游相关的基础知识和技能知识；第四章到第六章重点介绍了导游不同的业务及流程；第七章则介绍了导游在工作中的应变能力；第八章对新兴的户外领队进行了介绍。

为便于提高高等职业学生对导游工作的兴趣和热爱程度，同时响应职业教育“理论够用，重在实践”的教学方针，作者将突出教材的实用性、技能性，将实践性、可操作性作为本书的特色。

<<导游业务实用教程>>

书籍目录

第一章 导游业务基础 第一节 导游服务基础知识 一、导游服务的概念 二、导游服务在旅游服务中的地位与作用 三、导游服务的类型 四、导游服务的特点 五、导游服务的范围 六、导游服务的原则 第二节 导游基础知识 一、导游的概念 二、导游的基本分类 三、导游的职责 四、导游人员基本素质 五、导游职业的现状与发展 本章小结第二章 导游服务技能基础与训练 第一节 导游带团技能 一、导游带团技能概述 二、导游带团的特点 三、导游带团的原则 四、树立良好的导游形象训练 五、导游与游客交际技能训练 六、导游与其他导游交际技能训练 七、导游与司机交际技能训练 八、导游与其他协作单位交际技能训练 第二节 导游词创作技能 一、导游词概述 二、导游词写作要素 三、导游词写作中的注意事项 第三节 导游讲解技能 一、导游讲解技能概述 二、导游口头语言表达训练 三、导游态势语言训练 第四节 导游购物促销技能 一、旅游购物的含义和作用 二、导游购物促销的作用 三、导游购物促销技巧 本章小结第三章 地陪业务基础与训练 第一节 地陪业务概述 一、地陪岗位描述 二、地陪与相关部门人员的协作 第二节 地陪业务流程 一、接团前的准备 二、接团过程中的导游工作 三、入住饭店服务 四、核对商定日程 五、参观游览服务 六、购物服务 七、餐饮服务 八、娱乐活动服务 九、送站工作 十、后续工作 本章小结第四章 全陪业务基础与训练 第一节 全陪业务概述 一、全陪岗位描述 二、全陪与相关部门人员的协作 第二节 全陪业务流程 一、接团前的准备 二、首站接团服务 三、入住饭店服务 四、核对日程 五、各站参观游览服务 六、离站服务 七、途中服务 八、末站送团服务 九、后续工作 本章小结第五章 海外领队业务基础与训练 第一节 海外领队业务概述 一、海外领队的定义 二、海外领队的资格 三、海外领队的基本素质 四、海外领队的工作职责 五、海外领队的职业意识 六、海外领队的应知应会 七、海外领队的服务要求 第二节 出入境知识 一、证件知识(有效证件) 二、海关知识 三、我国的出入境规定 第三节 海外领队业务流程 一、出境前的准备工作 二、办理出境手续 三、办理国外入境手续 四、落实境外旅游接待 五、办理国外离境手续 六、办理回国入境手续 七、散团及其他事宜 本章小结第六章 景点(区)与散客导游业务基础与训练 第一节 景点(区)导游服务基础知识 一、景点(区)导游的工作内容 二、景点(区)导游的工作程序 第二节 散客导游服务 一、散客旅游概述 二、散客旅游服务流程 三、散客旅游团队服务的突出难点 四、散客旅游团队接待技巧 本章小结第七章 导游应变能力训练 第一节 特殊问题应变能力训练 一、训练一:常见旅游者个别要求处理 二、训练二:改变旅游行程计划的处理 三、训练三:旅游者投诉的处理 四、训练四:接送旅行团中常见事故的处理与预防 五、训练五:旅游者丢失证件、行李的处理与预防 六、训练六:旅游者走失的处理与预防 七、训练七:旅游者患病、死亡的处理 八、训练八:旅游者安全事故的处理与预防 九、训练九:旅游者越轨言行的处理 第二节 特殊团队接待注意事项 一、对老龄旅游者的服务 二、对儿童旅游者的服务 三、对残疾旅游者的服务 四、对宗教界人士的服务 五、对特殊身份、地位旅游者的处理 本章小结第八章 户外领队业务训练 第一节 户外领队业务概述 一、户外行业概述 二、户外领队工作任务及能力要求 三、户外领队的工作步骤 第二节 户外领队基础知识 一、户外探险游团队与常规旅游团的差异 二、户外运动与网络的关系 三、GPS与地图、指南针和电子地图的配合使用 四、户外领队的领导艺术 五、户外领队的工作技巧 六、户外安全与救援 七、户外装备 第三节 户外领队业务流程 一、制订组团计划与规划线路 二、发布组团信息 三、线路勘察及物资准备 四、接团服务与行前准备会 五、团队出发和行车途中 六、徒步过程的组织管理 七、餐饮管理 八、娱乐组织 九、骑马的组织管理 十、意外事件处理 十一、环保管理 十二、营地管理 十三、大团队的管理 十四、到达景区后的组织管理 十五、散团和送团 十六、后续工作 本章小结参考文献附录一 导游人员管理实施办法附录二 卫生常识附录三 户外领队必备知识

<<导游业务实用教程>>

章节摘录

插图：第一章 导游业务基础【案例导入】曹景洲先生是北京市的资深法语导游，也是北京市导游资格考试的评委，他经历了我国导游行业二十多年的发展过程，对导游及其职业发展有着深刻的体会和感悟。

《职业》杂志特邀曹景洲先生对导游职业进行了深入解读，同学们可以通过曹景洲先生对相关问题的解答来初步了解导游职业。

疑问一：外行看这个职业很风光，内行看这个职业很辛苦，导游到底是个什么样的职业？

曹景洲：“风光”一词，用来形容我二十多年前刚入导游行业时的状态比较合适。

那个时候，翻译导游主要承担的工作是政治接待、外交接待和民间专业访问团体的接待，出入高级宾馆、剧院，社会地位比较高，收入也比较高，让人羡慕，可以说很风光。

随着旅游业的发展，导游的职业功能和职业定位也在发生变化。

第一层含义，导游是一个凭知识和技能服务于客户的专业人员，所以一个导游首先应该是一个博学的人。

第二层含义，导游是服务行业的从业人员，旅途中，不仅身系个人安危，还必须尽心尽力地为客户提供舒适愉快的旅游服务，这样一个兼容性非常强的职业，意味着你要不断充电，不断牺牲自我，在节假日不能和家人朋友团聚，对自己团里的任何事都必须做到事必躬亲、事无巨细。

我最高的纪录是一年跑了212天，还不包括上下团的衔接时间。

这样的职业不一定每个人都做得好。

疑问二：做导游，什么最重要？

曹景洲：文化底蕴最重要，悟性最重要。

口才是基本功，要不断锤炼。

灵活多变的悟性主要包括应对突发事件的预感能力和对细节的敏感性，它一部分是先天的，一部分是在工作中积累的。

导游就是一个团队的领导，必须有应对突发事件的能力，能在关键时刻有决断。

例如下车时提醒游客脚要踩稳，进溶洞时提醒游客避免磕碰，看到游客鞋带松了也要提醒，这样的眼力要实践积累。

做导游，还有最重要的一点，就是一定要有极强的心理承受能力和“忘我”的胸怀。

要敢于担负起几十人甚至上百人的安危的重担，还要不拿客人的“刁难”当回事。

如果有客人嫌酒店离市中心远，煽动其他客人把行李搬下旅行车，你该怎么办？

如果碰到外国客人和你争论意识形态的问题，你又该怎么办？

做导游，时刻都得面对这些挑战，良好的心理素质能保证你沉着应对，处之泰然。

无论你是因为什么原因而选择了导游这个职业，都必须以热爱它为前提，由热爱到忠诚，有忠诚才能有坚持下去的热情，才能发现这份职业的闪光点。

人们常说导游是朝阳行业，我说，导游是朝阳的光辉。

疑问三：只要通过了导游资格考试，就可以成功转行做导游吗？

曹景洲：导游人才是一种专业人才，需要有扎实的功底和系统的专业培训，我比较认同参加专业院校学习的成长模式。

中国正处于经济快速发展期，与国外多是博物馆馆员、文科教师等相近专业转行做导游不同，我国各个行业都有不少人想转行做导游。

目前我国的导游培训班都是些速成的，所以即使通过了导游资格考试，也只是迈进了这个门槛，离做好一名职业导游还差得很远。

如果想进入导游行业，最好趁年轻的时候，因为年轻时学习能力、反应能力和体力都会好一些。

导游是一个高投入、高产出的职业，但很多人没看到高投入，或是没看到不是每个导游都高产出，没有做好充分的心理准备就盲目转行，这样的转行是难以成功的。

即使转了进来，也是不可能持久的。

疑问四：导游人才市场是供不应求还是供过于求？

<<导游业务实用教程>>

曹景洲：一方面，国内的旅游消费和旅游需求在不断增长；另一方面，导游行业的竞争日益激烈。我国导游队伍呈现年轻化、平均学历偏低状况，高级导游和专家型导游人才少之又少，与海内外游客市场对导游的知识和阅历要求明显不相适应。

目前我国最缺俄语、韩语、西班牙语、法语和一些小语种的导游，中文导游基本饱和，但在旅游旺季会出现短暂性的短缺。

——节选自曹景洲《不是任何人都能做导游》第一节 导游服务基础知识一、导游服务的概念（一）服务的概念由国家旅游局、上海社会科学旅游研究中心起草并制定的国家标准GB/T16766-1997《旅游服务基础术语》中对“服务”所下的定义是：“为满足顾客的需要，供方与顾客接触的活动和供方内部活动所产生的结果”。

在旅游活动中。

服务就是旅游产品供方在同游客的接触中使其需要得到满足的活动。

（二）导游服务的概念。

导游服务是导游人员代表所在旅行社，接待或陪同游客旅行、游览，按照组团合同所约定的内容和标准向其提供向导、讲解及其他相关的旅游服务。

导游服务的内涵，具体包括以下三点。

（1）持证上岗。

从事导游服务的导游人员必须是通过导游资格考试，获得旅游行政部门颁发的导游资格证书和导游证。

（2）接受委派。

依据《导游人员管理条例》第十九条的规定：“导游人员未经旅行社委派，私自承揽或者以其他任何方式直接承揽导游业务，进行导游活动的，由旅游行政部门责令改正，处1000元以上3万元以下的罚款；有违法所得的，并处没收违法所得；情节严重的，由省、自治区、直辖市旅游行政部门吊销导游证并予以公告。”

（3）标准服务。

导游服务主要是导游人员为游客提供向导、讲解及相关服务，服务的依据是旅游合同或与游客约定的内容。

导游人员不得擅自增加、减少或取消合同规定和事先约定服务项目。

否则，既损害了游客的合法权益，又损害了旅行社的利益和国家的形象。

二、导游服务在旅游服务中的地位与作用（一）导游服务在旅游服务中的地位 旅游服务是指组成旅游产品的供方，即旅游目的地的交通部门、旅行社及住宿、餐饮、娱乐、商品零售、邮电通信等部门向游客提供他们在旅游活动中所需的行、游、住、吃、购、娱等方面的服务。

其中旅行社提供的导游服务主要有两个方面，一方面是旅游活动的组织安排，另一方面是导游服务。由此可见，导游服务只是旅游接待过程中多种服务中的一种服务，然而又是多种服务中居于核心位置的服务。

旅游产品不同于物质产品，在销售之后并不发生所有权的转移，所以游客购买了旅游产品后，只能亲自到目的地才能实现对产品的消费，其消费的过程也就是旅游接待服务的提供过程。

而在这过程中，旅行社提供的导游服务得以使整个过程顺利完成以实现游客的消费过程。

因此，导游服务不仅是旅游产品生产 and 再生产的重要环节，而且在所有旅游服务中始终处于主导地位。

（二）导游服务在旅游服务中的作用 导游服务在旅游服务中的作用主要表现在四个方面。

1. 纽带作用 导游服务是各项旅游服务的联系纽带和中间桥梁，旅行社与旅游者之间、旅行社与其他旅游企业之间联系是通过导游人员，他们在旅游服务各环节之间相互协调、顾全大局。

在沟通上下、内外、左右的关系方面，导游人员的作用是显而易见的。

（1）承上启下。

导游人员代表旅行社执行旅游计划，为游客安排和落实行、游、住、吃、购、娱等各项服务，并处理旅游期间出现的各种问题。

同时，游客的意见、要求、建议乃至投诉与其他旅游服务部门在接待工作中出现的问题等一般也会通

<<导游业务实用教程>>

过导游人员向旅行社传递直至上达国家最高旅游管理部门。

(2) 连接内外。

导游人员既代表旅行社的利益，履行合同、落实旅游计划，又肩负着维护游客合法权益的责任。导游人员有责任向国外游客介绍中国，帮助他们尽可能多地了解我们的国家、社会、人民、文化和风俗以及有关政策、法规等，同时也要进行调查研究，从游客那里了解国外风情。

(3) 协调左右。

导游与旅游服务中其他各项服务的服务对象是共同的，因而在目标上、在根本利益上是一致的。然而，在具体服务内容上又各不相同，各部门有各自的利益，这就决定了他们之间既有相互依存、相互合作的一面，又有相互制约、相互牵制的一面。

导游人员作为旅行社派出的代表，对交通、景点、饭店、餐馆、商店、娱乐场所等企业提供的服务在时间安排上、服务质量上起着重要的协调作用。

因为旅游服务中任何一个环节出了问题，都会影响到整个旅游服务的质量。

导游人员既有义务协助相关旅游服务部门的工作，同时也有责任对这些部门的服务提出意见和建议，以使游客与旅行社签订的旅游合同顺利得到落实。

2. 标志作用导游服务是旅游服务质量高低的最敏感的标志。

导游服务质量包括导游讲解质量、为游客提供生活服务的质量以及各项旅游活动安排落实的质量。

导游人员与游客朝夕相处，因此，游客对导游人员服务的感受最直接，也最深刻，对其服务质量的反应最敏感。

通常情况下，如果导游服务质量高，可以弥补其他旅游服务质量的某些缺陷，而导游服务质量低劣却是无法弥补的。

所以说，旅游活动的成败在很大程度上是取决于导游服务质量的好坏。

导游服务质量的好坏不仅关系到整个旅游服务质量的高低，甚至关系到国家或地区旅游业的声誉。

3. 扩散作用导游服务质量的高低会影响旅游产品的销售，原因在于导游服务质量的高低在某种意义上决定着旅游产品的使用价值。

游客往往会通过导游人员带领其进行旅游活动的情况来判断旅游产品的使用价值。

如果导游服务质量高，令游客感到满意，游客会认为该旅游产品物有所值，而且在旅游活动结束后归来后，还会以其亲身体会向亲朋好友进行义务宣传，从而扩大了旅游产品的销路。

反之，若导游服务质量不高，则会导致游客抱怨和不满，并间接影响其周围的人，从而阻碍了旅游产品的销路。

由此可见，无论导游服务质量高还是低，都会对旅游产品的销售产生影响，这便是它的扩散作用。

质量高时起促销作用，质量低时起阻碍作用。

4. 反馈作用在消费过程中，游客会根据自己的需要和感受对旅游产品的型号、质量、标准等做出各种反应。

导游人员在向游客提供导游服务的过程中，同游客交往和接触的时间最长，对游客关于旅游产品的意见和需求最了解。

导游人员可充分利用这一优势，将游客的意见和需求及时反馈到旅行社及其他相关部门，使旅游产品的设计、包装和质量能得到不断改进和完善，更好地满足游客的需求。

【经典案例】导游带“吃团”日志今天带了个很有特色的团，5个美国人，都是厨师，想在美国开个中式餐厅而特意来中国品尝中国美食。

<<导游业务实用教程>>

编辑推荐

《导游业务实用教程》由四川管理职业学院冯云艳担任主编。

编写的具体分工为：第一章、第六章由乌鲁木齐职业大学的李幼龙编写；第二章由四川管理职业学院的冯云艳编写；第三章、第四章由乌鲁木齐时代之旅旅行社散客部经理马丽莉编写；第五章、第七章由吉林工商学院旅游管理分院的焦爱丽编写；第八章由新疆小羊军团户外探险自助旅行网总监杨军编写；全书由冯云艳制订编写大纲，负责全书的统稿、修改并最后定稿。

《导游业务实用教程》从拟定提纲到编写过程中，曾得到了相关领导、专家、教师和旅行社业界朋友的指导、支持和帮助，在此一并致以衷心的感谢。

<<导游业务实用教程>>

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>