

<<酒店经营管理>>

图书基本信息

书名：<<酒店经营管理>>

13位ISBN编号：9787545408683

10位ISBN编号：7545408683

出版时间：2011-9

出版单位：广东经济出版社有限公司

作者：徐文宛，贺湘辉，铁玲 编著

页数：290

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>

<<酒店经营管理>>

内容概要

本书从酒店概述、酒店管理基础理论、组织管理、接待业务管理、服务质量管理、人力资源管理、市场营销、设备物资与安全管理、信息管理、企业文化与公共关系等方面，论述了现代管理基本内容，各章末尾安排相关案例。

<<酒店经营管理>>

作者简介

贺湘辉，中国酒店管理协会（CHMA）副会长，著名酒店管理高级讲师，广东省职业技能鉴定（GD-OSTA）餐饮专家，国际培训认证协会（ITCA）酒店专业委员会顾问，广州人力资源管理协会专家，国家职业资格和技能鉴定高级技师、高级考评员，广东高职高专教育酒店管理教学指导委员会委员。

一直致力于高星级旅游酒店管理、酒店教育教学、酒店管理职业资格认证和职业培训教材研发工作，研究方向为旅游酒店管理。

主讲旅游酒店业务管理、服务技巧、营销案例等核心课程。

姜玲，南京大学经济学硕士、法学博士。

高级经济师，美国注册高级教育导师CHE，高级职业经理人CHtA。

海南大学经济与管理学院副教授，新博亚首席培训师。

姜玲创建了中国酒店业著名培训品牌--新博亚酒店培训，创作并主讲“酒店业督导技能HSS”和“酒店业培训培训师TTT”等课程；主编“新博亚酒店丛书”、“新标准酒店岗位英语”丛书；著有《酒店业督导技能》、《培训培训师TTT指南》和《酒店业培训管理实务》等。

<<酒店经营管理>>

书籍目录

- 第一章 酒店管理概述
 - 第一节 酒店管理概述
 - 一、酒店管理的基本含义
 - 二、酒店管理的对象和内容
 - 第二节 酒店管理职能
 - 一、计划职能
 - 二、组织职能
 - 三、指挥职能
 - 四、协调职能
 - 五、控制职能
- 第二章 现代酒店组织管理
 - 第一节 酒店的组织结构
 - 一、酒店各部分的划分
 - 二、酒店组织结构类型
 - 第二节 酒店规章制度
 - 一、对规章制度的认识
 - 二、基本制度
-
- 第三章 现代酒店接待业务管理
- 第四章 现代酒店服务质量管理
- 第五章 现代酒店人力资源管理
- 第六章 现代酒店营销管理
- 第七章 现代酒店设备物资与安全管理
- 第八章 现代酒店酒店信息管理
- 第九章 现代酒店企业文化建设与公共关系
- 第十章 酒店品牌管理
- 参考文献

章节摘录

(4) 顾客方评价的特点。

顾客评价呈多元性。

由于顾客消费需求各种各样，顾客的素质也相差悬殊，因此顾客对酒店服务质量的评价必然呈多元性。

个别带有偏见、甚至有意挑刺的客人，其评价也会欠公平。

因此，对任何酒店服务质量的评价都应该是综合的。

顾客评价的被动性。

客人一般不主动评价，只有在特别满意或特别不满意的条件下，才会主动地表扬、批评或投诉，在大多数情况下，并无外在的表示。

对此，酒店除应采取必需的措施诱导与刺激宾客积极参与评价外，还可从投诉率、回头率等角度进行综合分析评估。

顾客评价的模糊性。

顾客对所提供服务的评价通常以主观评定为主，也就是说，大多数客人缺乏检验服务质量的有效工具与手段，难以测评服务效率、产品构成，同时，一般客人也不了解酒店服务的规范、程序和评价的尺度。

因此，顾客的评价具有模糊性。

顾客评价的兴奋点的差异性。

顾客有不同的文化背景、心理特质、个人经历，影响他们满意度的服务要素不尽相同，即具有相同满意度的顾客会关注不同的服务要素。

兴奋关注点的差异性使得不同的顾客关注不同的服务要素，也就是说顾客对各类服务要素产生不同的权重。

2.酒店方 (1) 酒店作为评价主体的依据。

酒店是服务的提供者。

由于酒店服务具有生产与消费的同时性，因此酒店服务与其他产品相比有其特殊性。

酒店服务的这种特殊性要求酒店应注重服务的事前、事中与事后评价，以保证酒店服务不产生不合格的产品；酒店是服务产品的相关受益者。

酒店靠出售酒店产品，即酒店服务来获取经济效益，酒店员工通过自己的工作付出获得相应的工资报酬，从而实现自身价值。

.....

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>