



教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会规划教材

酒店前厅管理

JIUDIAN QIANTING GUANLI

© 刘 伟 著



重庆大学出版社

教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会规划教材

JIUDIAN QIANTING GUANLI

副主任 马勇 ©刘伟 著

零 四 (以姓氏笔画为序)

[illegible]

子墨子曰：「然則天下之歸仁也，若水之就下，不可止也。」

卢 晓 王 国 杰 李 晓 强 刘 伟

[illegible]

张广海 张广海 张广海 张广海

TRUNG TÂM THÔNG TIN THƯ VIỆN

08 07

• 03107

[illegible]

2018 年 1 月第 1 版 2019 年 1 月第 2 次印刷

DOI 10.1002/for

800-4-A-RENTAL

信譽不良 信用不良 信用不良 信用不良

許本慎律師事務所 廣州分所

12. 6. 1. 1.

重庆大学出版社

总序

一、出版背景

教材出版肩负着吸纳时代精神、传承知识体系、展望发展趋势的重任。本套旅游教材出版依托当今发展的时代背景。

一是坚持立德树人,着力培养德智体美全面发展的中国特色社会主义事业合格建设者和可靠接班人。深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想,以理想信念教育为核心,以社会主义核心价值观为引领,以全面提高学生综合能力为关键,努力提升教材思想性、科学性、时代性,让教材体现国家意志。

二是世界旅游产业发展强劲。旅游业已经发展成为全球经济中产业规模最大、发展势头最强劲的产业,其产业的关联带动作用受到全球众多国家或地区的高度重视,促使众多国家或地区将旅游业作为当地经济的支柱产业、先导产业、龙头产业,展示出充满活力的发展前景。

三是我国旅游教育日趋成熟。2012年教育部将旅游管理类本科专业列为独立一级专业目录,下设旅游管理、酒店管理、会展经济与管理、旅游管理与服务教育4个二级专业。截至2016年年底,全国开设旅游管理类本科的院校已达604所,其中,旅游管理专业526所,酒店管理专业229所,会展经济与管理专业106所,旅游管理与服务教育31所。旅游管理类教育的蓬勃发展,对旅游教材提出了新要求。

四是创新创业成为时代的主旋律。创新创业成为当今社会经济发展的新动力,以思想观念更新、制度体制优化、技术方法创新、管理模式变革、资源重组整合、内外兼收并蓄等为特征的时代发展,需要旅游教材不断体现社会经济发展的轨迹,不断吸纳时代进步的智慧精华。

二、知识体系

本套旅游教材作为教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会(以下简称“教指委”)的规划教材,体现并反映了本届“教指委”的责任和使命。

一是反映旅游管理知识体系渐趋独立的趋势。经过近30年来的发展积累,旅游管理学科在依托地理学、经济学、管理学、历史学、文化学等学科发展基础上,其知识的宽度与厚度在不断增加,旅游管理知识逐渐摆脱早期依附其他学科而不断显示其知识体系成长的独

立性。

二是构筑旅游管理核心知识体系。旅游活动无论其作为空间上的运行体系,还是经济上的产业体系,抑或是社会生活的组成部分,其本质都是旅游者、旅游目的地、旅游接待业三者的交互活动,旅游知识体系应该而且必须反映这种活动的性质与特征,这是建立旅游知识体系的根基。

三是构建旅游管理类专业核心课程。作为高等院校的一个专业类别,旅游管理类专业需要有自身的核心课程,以旅游学概论、旅游目的地管理、旅游消费者行为、旅游接待业作为旅游管理类专业核心课程,旅游管理、酒店管理、会展经济与管理、旅游管理与服务教育4个专业再确立3门核心课程,由此构成旅游管理类“4+3”的核心课程体系。确定专业核心课程,既是其他管理类专业成功且可行的做法,也是旅游管理类专业走向成熟的标志。

三、教材特点

本套教材由教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会组织策划和编写出版,自2015年启动至今历时3年,汇聚了全国一批知名旅游院校的专家教授。本套教材体现出以下特点:

一是准确反映国家教学质量标准的要求。《旅游管理类本科专业教学质量国家标准》既是旅游管理类本科专业的设置标准,也是旅游管理类本科专业的建设标准,还是旅游管理类本科专业的评估标准,其重点内容是确立了旅游管理类专业“4+3”核心课程体系。“4”即旅游学概论、旅游目的地管理、旅游消费者行为、旅游接待业;“3”即旅游管理专业(旅游经济学、旅游规划与开发、旅游法)、酒店管理专业(酒店管理概论、酒店运营管理、酒店客户管理)、会展经济与管理专业(会展概论、会展策划与管理、会展营销)的核心课程。

二是汇聚全国知名旅游院校的专家教授。本套教材作者由“教指委”近20名委员牵头,全国旅游教育界知名专家和教授,以及旅游业界专业人士合力编写。作者队伍专业背景深厚,教学经验丰富,研究成果丰硕,教材编写质量可靠,通过邀请优秀知名专家和教授担纲编写,以保证教材的水平和质量。

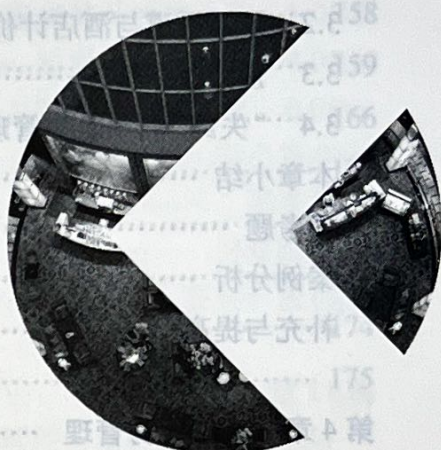
三是“互联网+”的技术支撑。本套教材依托“互联网+”,采用线上线下两个层面,在内容中广泛应用二维码技术关联扩展教学资源,如导入知识拓展、听力音频、视频、案例等内容,以弥补教材固化的缺陷。同时也启动了将各门课程搬到数字资源教学平台的工作,实现网上备课与教学、在线即测即评,以及配套老师上课所需的教学计划书、教学PPT、案例、试题、实训实践题,以及教学串讲视频等,以增强教材的生动性和立体性。

本套教材在组织策划和编写出版过程中,得到了教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会各位委员、业内专家、业界精英以及重庆大学出版社的广泛支持与积极参与,在此一并表示衷心的感谢!希望本套教材能够满足旅游管理教育发展新形势下的新要求,能够为中国旅游教育及教材建设开拓创新贡献力量。

教育部高等学校旅游管理类专业教学指导委员会

2017年11月

目 录



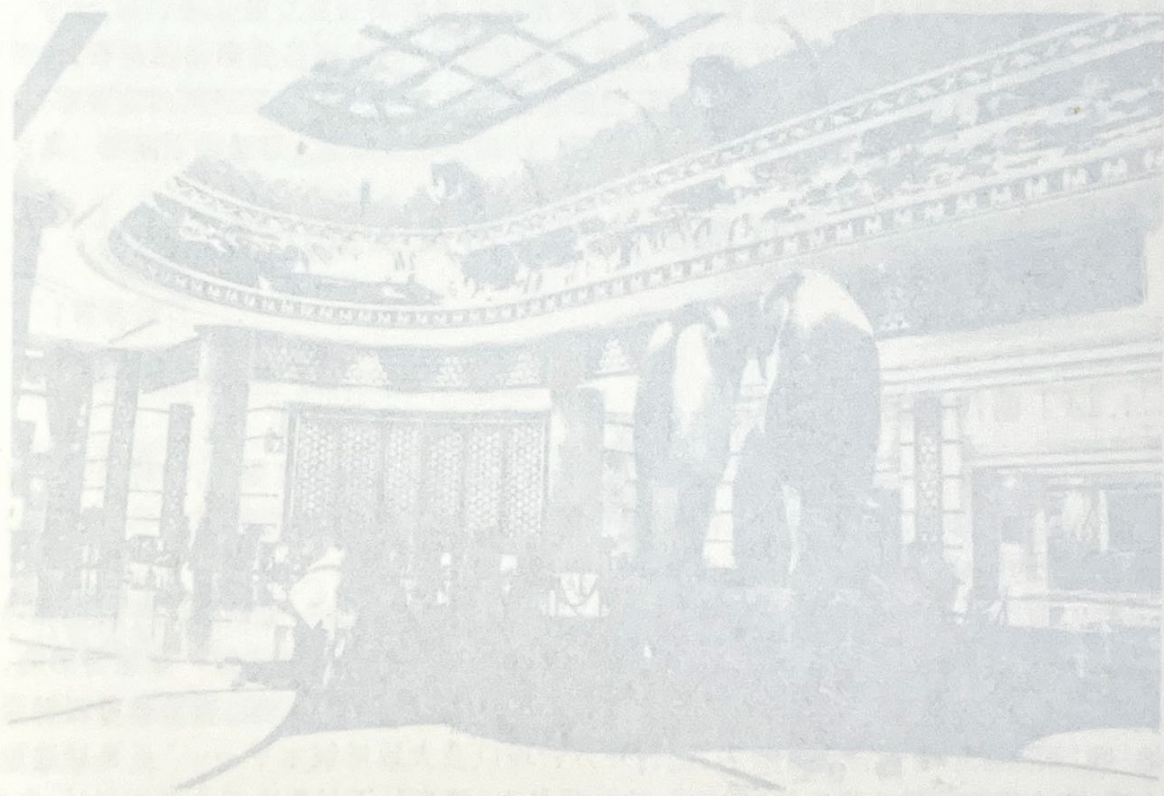
第 2 章 总台接待管理	58
2.1 接待状态的调控	59
2.2 总台接待艺术与技巧	66
2.3 客房总机	66
本章小结	66
思考题	66
案例分析	66
补充与提高	66
第 3 章 收银业务管理	80
3.1 总台收银业务	81
第 1 章 前厅部概述	1
1.1 前厅部的地位作用及主要任务	2
1.2 前厅部的组织架构	5
1.3 大堂与总台	9
本章小结	13
思考题	13
案例分析	14
补充与提高	14
第 2 章 前厅部人力资源管理	16
2.1 前厅部管理人员:岗位职责与素质要求	17
2.2 前厅部员工的招聘	22
2.3 前厅部员工的培训	34
2.4 前厅部管理人员的管理方法和技巧	46
2.5 前厅部排班方法	55
2.6 前厅部领班的管理艺术	57
2.7 前厅部员工的激励	59
本章小结	64
思考题	64
案例分析	65
补充与提高	66
第 3 章 预订管理	69
3.1 预订的方式与种类	70

3.2 预订渠道与酒店计价方式	76
3.3 预订业务管理	78
3.4 “失约”的预防与管理	86
本章小结	88
思考题	89
案例分析	89
补充与提高	90
 第4章 礼宾服务管理	93
4.1 酒店“金钥匙”	94
4.2 门童:岗位职责与素质要求	99
4.3 行李服务管理	103
本章小结	109
思考题	109
案例分析	109
补充与提高	110
 第5章 酒店总机与商务中心管理	112
5.1 总机房管理	113
5.2 商务中心管理	119
本章小结	123
思考题	123
案例分析	123
补充与提高	124
 第6章 总台接待管理	126
6.1 总台接待业务流程	127
6.2 入住登记管理	132
6.3 问讯业务管理	137
6.4 行政楼层管理	139
6.5 提高前厅服务质量的途径	144
本章小结	154
思考题	155
案例分析	155
补充与提高	156

第7章 总台销售管理	158
7.1 客房状态的控制	159
7.2 总台销售艺术与技巧	166
7.3 客房分配	171
本章小结	173
思考题	174
案例分析	174
补充与提高	175
第8章 收银业务管理	180
8.1 总台收银业务	181
8.2 结账业务管理	187
8.3 防止客人逃账技术	195
8.4 夜间稽核	197
8.5 贵重物品保管	204
8.6 收银人员管理	208
本章小结	210
思考题	210
案例分析	211
补充与提高	213
第9章 总台信息沟通	218
9.1 客情沟通	219
9.2 总台常用表格及其设计	222
9.3 前厅部与其他部门的信息沟通	224
9.4 前厅部文档管理	230
本章小结	232
思考题	232
案例分析	232
补充与提高	233
第10章 宾客关系管理	236
10.1 大堂副理	237
10.2 宾客关系主任	242
10.3 宾客关系主任日常工作流程	245

10.4 客人投诉及其处理	251
10.5 客历档案的建立	260
10.6 与客人的沟通技巧	264
本章小结	270
思考题	270
案例分析	271
补充与提高	275
第 11 章 房价管理	277
11.1 影响客房定价的因素	278
11.2 客房定价目标	280
11.3 客房定价法与价格策略	282
11.4 房价体系与平均房价	284
本章小结	286
思考题	287
案例分析	287
补充与提高	288
第 12 章 收益管理	290
12.1 收益管理的原理与实施方法	291
12.2 “收益管理法”在酒店的应用	295
12.3 收益管理法对传统酒店定价机制的冲击	298
12.4 互联网时代的酒店收益管理法	301
12.5 酒店收益管理的应用现状与前景展望	304
本章小结	305
思考题	306
案例分析	306
补充与提高	307
第 13 章 酒店前厅经营管理的发展趋势	310
13.1 21 世纪前厅服务的发展趋势	311
13.2 21 世纪前厅部经营管理的发展趋势	314
本章小结	317
思考题	317
案例分析	317
补充与提高	319

附 录	322
附录 1 前厅部常用术语英汉对照	322
附录 2 前厅部:岗位说明书(部分岗位)	331
附录 3 前厅部:“政策与程序”	341
附录 4 前厅部岗位培训任务分析表	356
附录 5 前厅部新员工培训检查表	396
附录 6 前厅部员工工作考核表	411
参考文献	417



前厅部是酒店对客服务的“前台”,就是酒店的接待部门,又是销售部门(销售以客房为主的酒店产品)。它与客房部一起构成酒店的房务部门(Rooms Division)。

通过本章的学习,读者应该:

- 了解前厅部的地位、作用及主要任务。
- 了解和掌握前厅部组织机构及其设置的原则。
- 了解前厅部各班组的基本职能。
- 对酒店大堂与总台有个基本的认识。

关键词:前厅部;组织机构;作用;任务;大堂;总台

Keywords: Front Office / F.O.; Organization Chart; Roles; Tasks; Lobby; General Service

Desk