

上海市高等教育自学考试
旅游管理专业（专升本）（120901K）
旅游接待业（13996）
旅游接待业（实践）（13997）
自学考试大纲

上海师范大学高等教育自学考试办公室编
上海市高等教育自学考试委员会组编
2026 年版

目 录

第一部分 课程性质及其设置的目的和要求	2
一、本课程的性质与设置的目的	2
二、本课程的基本要求	2
三、与相关课程的联系与区别	2
四、课程的重点与难点	3
第二部分 课程内容与考核目标	4
第一章 旅游接待业绪论	4
第二章 旅游接待业管理理念与方法	5
第三章 传统旅游接待业务管理	8
第四章 新型旅游接待业务管理	11
第五章 跨界旅游接待业务管理	14
第六章 旅游接待业顾客关系管理	17
第七章 旅游接待业服务质量管理	20
第八章 旅游接待业管理信息系统	23
第九章 旅游接待业品牌战略管理	26
第十章 旅游接待业服务管理创新	28
第三部分 有关说明与实施要求	33
一、关于考核目标的说明	33
二、关于自学教材的说明	33
三、自学方法指导	34
四、对社会助学的要求	34
五、关于考试命题的若干规定	35
六、课外实践报告	35

第一部分 课程性质及其设置的目的和要求

《旅游接待业》课程（以下简称本课程）

一、本课程的性质与设置的目的

【课程性质】：旅游接待业是高等教育自学考试旅游管理专业（专升本）的推荐选考课。课程主要包括旅游接待业基本概念，旅游接待业的管理理念，传统、新型及跨界旅游接待业务管理，顾客关系管理，服务质量管理，管理信息系统，品牌战略管理以及服务管理创新等十个方面的内容。

【课程设置目的】：本课程在系统引入了国内外旅游接待业服务与管理理论的基础上，充分结合旅游接待业服务运营管理的实际，全面介绍了旅游接待业服务与管理的系列核心概念、基本理念、原理方法和实践应用，并广泛借鉴了国内外旅游接待业的先进服务与管理经验，建立起全新的旅游接待业学科知识体系。本课程以培养学生具备旅游接待业的综合素质为导向，在确定旅游接待业基础认知、旅游接待业理论方法、旅游接待业服务运营管理的基础上，通过理论与实践相结合，重点培养分析问题和解决问题的能力，培育爱岗敬业、诚信服务、德法兼修的职业素养。

二、本课程的基本要求

【课程基本要求】：通过本课程的学习，要求学生：系统了解旅游接待业的基本内涵、业务管理、顾客关系管理、服务质量管理、品牌战略管理等相关基础理论与知识，掌握当前最新的旅游接待业态以及管理理念、方法，能够对旅游接待业有一个全面认识和了解，为酒店管理、旅行社管理、旅游规划与开发等专业方向知识技能学习以及将来的职业发展奠定良好基础。

三、与相关课程的联系与区别

【与相关课程的联系】：《旅游接待业》在旅游类专业人才培养模式中属于基础课程，主要学习旅游接待业基础认知、旅游接待业理论方法、旅游接待业服务运营管理的相关知识，为进一步学习后续专业主干课程、选修课程及从事本专

业相关工作奠定良好的基础知识体系及基础理论涵养。

【与相关课程的区别】：《旅游概论》主要研究旅游学理论的结构框架，以及旅游管理各专业课在学科中地位。旅游学作为一门综合性的尚在形成和发展过程中的新兴学科，以人类的旅游活动为出发点，以研究旅游三要素（旅游主体、旅游客体、旅游媒体）及其相互关系为核心，通过介绍旅游现象的历史演进与发展现状，探讨旅游发展的基本规律，阐述旅游活动和旅游业的构成要素以及它们之间的关系，从而使学生对旅游现象和旅游学科有一个概括而全面的认识。《旅游接待业》是旅游管理专业的核心基础课程，必须开设在大部分的专业课程之前，在此之前可适当涉及管理学等基础管理类公共课以及先修课程《旅游学概论》。

四、课程的重点与难点

【课程的重点】：旅游接待业基础认知、旅游接待业理论方法、旅游接待业服务运营管理

【课程的难点】：传统、新型、跨界旅游接待业务管理

第二部分 课程内容与考核目标

第一章 旅游接待业绪论

一、学习目的和要求

本章节的学习旨在理解旅游接待业的深层次内涵，通过本章节的学习，要求学生能够：

1. 掌握旅游接待业的基本内涵、旅游接待业与现代服务的关系；
2. 掌握旅游接待业的基本特征与分类；
3. 掌握旅游接待业的研究对象以及关注焦点。

二、课程内容

第一节 旅游接待业的概念和内涵

一、旅游与旅游接待

- (一) 旅游接待的基本内涵
- (二) 旅游与旅游接待的关系

二、旅游接待业的基本概念与基本内容

- (一) 旅游接待业的基本概念
- (二) 旅游接待业的基本内涵

三、旅游接待业与现代服务业

- (一) 现代服务业的概念
- (二) 旅游接待业与现代服务业的关系

第二节 旅游接待业的基本特征与分类

一、旅游接待业的基本特征

- (一) 综合性
- (二) 经济性
- (三) 服务性
- (四) 外向性

二、旅游接待业分类

- (一) 按接待功能划分

(二) 按接待对象划分

(三) 按接待方式划分

(四) 按接待性质划分

第三节 旅游接待业研究的集中领域

一、旅游接待业研究的重点对象

二、旅游接待业研究的关注焦点

三、考核知识点与考核要求

(一) 旅游接待业的概念和内涵

识记：旅游接待业的定义

领会：旅游与旅游接待的关系、旅游接待业与现代服务业的关系

简单应用：如何从广义和狭义两个方面理解旅游接待业的基本概念

综合应用：我国旅游接待业如何面对文旅深度融合的新态势

(二) 旅游接待业的基本特征与分类

识记：旅游接待业的四个基本特征

领会：旅游接待业的分类视角

简单应用：如何选取代表性角度对旅游接待业进行分类

综合应用：如何按照接待功能、对象、方式、性质来划分旅游接待业

(三) 旅游接待业研究的集中领域

识记：旅游接待业研究的重点对象

领会：旅游接待业研究重点对象的关系网络

简单应用：旅游接待业研究焦点的描述

综合应用：旅游接待业当下及未来的研究聚焦点

三、本章重点、难点

重点：旅游接待业的基本概念、内涵以及基本特征与分类

难点：旅游接待业的主要研究的对象及关系网络

第二章 旅游接待业管理理念与方法

一、学习目的和要求

本章的学习旨在深刻理解旅游接待企业管理者应该具备怎样的管理理念和方法，如何通过人性化的服务管理理念营造和谐环境，让旅游接待业充满活力和竞争力。通过本章节的学习，要求学生能够：

1. 掌握旅游接待业服务意识、竞争意识、团队意识以及创新意识的内涵及特征
2. 掌握旅游接待业管理的顾客满意理念、超值服务理念、顾客关系理念以及绿色管理理念的内涵及特征；
3. 掌握旅游接待业人本管理方法、效益管理方法、任务管理方法、系统管理方法以及目标管理方法的基本内涵。

二、课程内容

第一节 旅游接待业管理的基本意识

一、服务意识

- （一）服务及服务意识概述
- （二）旅游服务业服务意识的表现形式

二、竞争意识

- （一）旅游接待业的竞争意识
- （二）旅游接待业的竞争方式
- （三）旅游接待业的竞争道德

三、团队意识

- （一）团队意识的功能和作用
- （二）团队意识的培养

四、创新意识

- （一）创新意识的概念和特征
- （二）旅游接待企业经营要有创新思维
- （三）旅游接待企业管理要有创新手段

第二节 旅游接待业管理的核心理念

一、顾客满意理论

- (一) 减少旅游接待企业的浪费
- (二) 获得价格优势
- (三) 降低沟通成本
- (四) 形成顾客依赖，甚至顾客忠诚

二、超值服务理念

三、顾客关系理论

- (一) 了解顾客需求
- (二) 关注顾客利益
- (三) 提升顾客价值

四、绿色管理理念

- (一) 全力提高对绿色发展观的认识
- (二) 全面强化企业的绿色管理理念
- (三) 明确企业绿色管理责任和目标

第三节 旅游接待业管理的科学方法

一、人本管理方法

- (一) 树立人力资本观念
- (二) 尊重人的本性
- (三) 注重对人的科学管理

二、效益管理方法

- (一) 树立正确的效益价值观
- (二) 优化系统资源配置
- (三) 完善效益评价体系

三、任务管理方法

四、系统管理方法

五、目标管理方法

- (一) 德鲁克目标管理的主要内容
- (二) 德鲁克目标管理的优点
- (三) 后现代主义与德鲁克的“信仰管理”

三、考核知识点与考核要求

（一）旅游接待业管理的基本意识

识记：服务及服务意识的概念和表现形式、创新意识的概念和特征

领会：旅游接待业服务质量的五个维度、竞争方式

简单应用：旅游接待业团队意识应着重从哪几个方面培养？

综合应用：旅游企业如何通过创新手段留住顾客？

（二）旅游接待业管理的核心理念

识记：顾客满意、超值服务、顾客关系、绿色管理理念的概念

领会：旅游接待服务贯彻顾客满意理念为旅游接待企业带来四个方面优势。

简单应用：我国在绿色管理思想认识和企业实施绿色管理的努力方向。

综合应用：能够结合案例分析旅游接待企业使用的哪种管理理念。

（三）旅游接待业管理的科学方法

识记：人本管理、效益管理、任务管理、系统管理、目标管理方法的概念

领会：旅游接待业应该如何注重对人的科学管理？

简单应用：要提高旅游接待业的管理效益应该从哪几个方面进行？

综合应用：能够结合案例分析旅游接待企业使用的哪种科学管理方法。

四、本章重点、难点

重点：旅游接待业管理的基本意识、核心理念以及科学方法的基本内涵及特征。

难点：如何将旅游接待业的基本意识、核心理念以及科学方法内化于心，并在工作实践中进行有效利用。

第三章 传统旅游接待业务管理

一、学习目的和要求

本章的学习旨在深入了解我国传统旅游接待业的核心业务及其管理方法，通过本章节的学习，学生能够：

1. 掌握酒店接待业务管理的组织结构及基本业务管理；
2. 掌握景区服务接待管理概念、特征及内容；

3. 掌握旅行社门市接待、团队接待以及散客接待管理的基本内容。

二、课程内容

第一节 酒店接待业务管理

一、酒店前厅部的接待业务管理

- (一) 酒店前厅部的职能与组织结构
- (二) 酒店前厅部的接待业务管理

二、酒店客房接待业务管理

- (一) 酒店客房部的职能与组织结构
- (二) 酒店客房部的接待业务管理

三、酒店餐饮接待业务管理

- (一) 酒店餐饮部的职能与组织结构
- (二) 酒店餐饮部的接待业务管理

第二节 景区接待业务管理

一、旅游景区服务接待管理的概念

二、旅游景区服务接待管理的特征

- (一) 综合性
- (二) 规范性
- (三) 整体性
- (四) 时效性
- (五) 创新性

三、旅游景区服务接待管理的内容

- (一) 景区咨询服务管理
- (二) 景区票务服务管理
- (三) 景区解说服务管理
- (四) 景区投诉服务管理

第三节 旅行社接待业务管理

一、旅行社门市接待管理

- (一) 旅行社门市接待服务流程

(二) 旅行社门市接待员素质能力要求

二、旅行社团队接待管理

(一) 旅行社团队接待过程管理

(二) 组团社与地接社交接管理

(三) 领队和导游服务接待管理

三、旅游社散客接待管理

(一) 散客旅游接待概述

(二) 散客旅游服务接待管理

(三) 景区解说服务管理

(四) 景区投诉服务管理

三、考核知识点与考核要求

(一) 酒店接待业务管理

识记：酒店前厅部、客房部、餐饮部的职能与组织结构

领会：酒店前厅部、客房部、餐饮部的接待业务管理内容

简单应用：酒店前厅部超额预定产生的原因以及国际惯例的处理方法

综合应用：结合具体案例分析传统旅游接待业务的管理内容和处理方法

(二) 景区接待业务管理

识记：旅游景区服务接待管理的概念

领会：旅游景区服务接待管理的特征

简单应用：景区咨询服务、票务服务、解说服务、投诉服务、景区配套商业服务管理的内容

综合应用：掌握景区投诉处理的技巧

(三) 旅行社接待业务管理

识记：酒店、景区以及旅行社接待业务的概念及基本内容

领会：旅行社门市接待、团队接待、散客接待的服务流程

简单应用：散客旅游与团队旅游在旅游方式、旅游人数、服务内容、付费方式、价格、服务难度上的区别

综合应用：承担旅游业发展过程中传统中介职能的旅行社，如何在新时代旅

游转型发展的过程中提供更多的增值服务和个性化需求？

四、本章重点、难点

重点：旅行社门市接待、团队接待、散客接待的服务流程

难点：酒店、景区以及旅行社如何在新时代旅游转型发展的过程中提供更多的增值服务和个性化需求

第四章 新型旅游接待业务管理

一、学习目的和要求

本章节的学习旨在深入了解新型旅游接待业兴起的背景以及汽车营地、邮轮旅游、民宿旅游接待的业务管理内容。通过本章节的学习，学生能够：

1. 掌握新型旅游接待业务内涵；
2. 掌握汽车营地旅游发展现状、趋势及接待业管理的主要内容；
3. 掌握邮轮旅游发展现状、趋势以及接待业管理的基本内容；
4. 掌握民宿旅游发展现状、趋势以及接待业管理的基本内容。

二、课程内容

第一节 新型旅游接待业态概述

一、新型旅游接待业兴起的背景

- （一）需求侧背景
- （二）供给侧背景
- （三）管理侧背景

二、新型旅游接待业的内涵

- （一）新型旅游接待业的概念
- （二）新型旅游接待业的内容

三、新型旅游接待业的特征

- （一）新标准
- （二）新技术
- （三）新情景

第二节 汽车营地旅游接待业务管理

一、汽车营地旅游发展现状与趋势

（一）汽车营地旅游接待业发展现状

（二）汽车营地旅游接待业发展趋势

二、汽车营地旅游接待业务特点

（一）综合性和集成性

（二）实用性和便携性

（三）专业性和规范性

三、汽车营地旅游接待业务类型

（一）按资源类型划分

（二）按营地功能定位划分

（三）按开发主体划分

四、汽车营地旅游接待业管理的基本内容

（一）汽车营地选址

（二）汽车营地设计

（三）汽车营地运营

第三节 邮轮旅游接待业务管理

一、邮轮旅游发展现状与趋势

（一）邮轮旅游接待业发展现状

（二）邮轮旅游接待业发展趋势

二、邮轮旅游接待业务特点

（一）综合性

（二）全时性

（三）涉外性

（四）高端性

三、邮轮旅游接待业务管理的基本内容

（一）邮轮旅游产品设计业务

（二）邮轮旅游港口接待业务

（三）邮轮旅游船上接待业务

第四节 民宿旅游接待业务管理

一、民宿旅游发展现状与趋势

(一) 民宿旅游接待业发展现状

(二) 民宿旅游接待业发展趋势

二、民宿旅游接待业务特点

(一) 非标性

(二) 主题性

(三) 情感性

(四) 精致性

三、民宿旅游接待业务管理的基本内容

(一) 民宿主题与设计

(二) 民宿运营与管理

三、考核知识点与考核要求

(一) 新型旅游接待业态概述

识记：新型旅游接待业的概念

领会：新型旅游接待业兴起的背景

简单应用：新型接待业的三个特征变化

综合应用：伴随着中国旅游业的快速健康发展，在旅游消费升级和旅游方式多元更新的推动下，新型旅游接待业是如何产生和出现的。

(二) 汽车营地旅游接待业务管理

识记：汽车营地旅游接待业的业务特点

领会：汽车营地旅游接待业的业务类型、汽车营地旅游发展的现状和趋势

简单应用：如何对汽车营地进行选址和设计？

综合应用：汽车营地如何在旅游业的下一个风口实现稳定盈利？

(三) 邮轮旅游接待业务管理

识记：邮轮旅游接待业务特点

领会：邮轮旅游发展的现状和趋势

简单应用：邮轮旅游产品设计业务、港口接待、船上接待业务的内容和流程

综合应用：在旅游消费升级和旅游方式多元更新的背景下，如何设计符合消费者需求的邮轮旅游产品？

(四) 民宿旅游接待业务管理

识记：民宿旅游业务的特点

领会：民宿旅游发展的现状和趋势

简单应用：民宿主题与设计、运营与管理的基本内容

综合应用：在逆城市化的生活方式和消费升级的趋势下，民宿旅游这样的现代服务业能否规模化登录广袤的中国农村土地？如何带动农村的人、地、财核心要素实现高效配置的新模式，从而为乡村振兴战略带来新鲜血液？

四、本章重点、难点

重点：新型旅游接待业务的内涵及汽车营地旅游、邮轮旅游、民宿旅游的现状趋势及接待业管理的基本内容

难点：在旅游消费升级和旅游方式多元更新的背景下，汽车营地旅游、邮轮旅游、民宿旅游等新型旅游接待企业如何设计符合现代消费者需求的旅游产品？

第五章 跨界旅游接待业务管理

一、学习目的和要求

本章节的学习旨在深入了解跨界旅游接待业兴起的背景以及在线旅游、会展旅游、特色小镇旅游的业务管理内容。通过本章节的学习，学生能够：

1. 掌握跨界旅游接待业的基本内涵、类型、特征及发展趋势；
2. 掌握在线旅游接待业务的概念、内涵、类型、特征及主要管理内容；
3. 掌握会展旅游接待业务的概念、内涵、类型、特征及主要管理内容；
4. 掌握特色小镇接待业务的概念、内涵、类型、特征及主要管理内容。

二、课程内容

第一节 跨界旅游接待业概述

一、跨界旅游的产生和兴起

- （一）跨界旅游的产生兴起
- （二）跨界旅游的概念内涵
- （三）跨界旅游的效益价值

二、跨界旅游的主要类型和特征

- （一）“旅游+电商”
- （二）“旅游+文化”
- （三）“旅游+会展”
- （四）“旅游+N”

三、跨界旅游未来的发展趋势

- (一) 产业链融合
- (二) 线上线下的双向互动
- (三) 旅游与生活方式融为一体

第二节 在线旅游接待业务管理

一、在线旅游的概念和内涵

- (一) 在线旅游的兴起背景
- (二) 在线旅游的概念
- (三) 在线旅游的发展阶段

二、在线旅游的主要类型和特征

- (一) 在线旅游的主要类型
- (二) 在线旅游的主要特征

三、在线旅游接待业务管理

- (一) 在线旅游网站流程优化
- (二) 在线旅游客服接待管理
- (三) 在线旅游用户研究管理

第三节 会展旅游接待业务管理

一、会展旅游概述

- (一) 会展旅游的产生和兴起
- (二) 会展旅游的概念和内涵
- (三) 会展旅游的效益价值

二、会展旅游的主要服务项目

- (一) 会议旅游
- (二) 奖励旅游
- (三) 展览旅游
- (四) 节庆时间旅游

三、会展旅游接待业务管理

- (一) 会展旅游运作主体业务管理
- (二) 会展旅游客户接待业务管理
- (三) 会展旅游项目接待业务管理

第四节 特色小镇旅游接待业务管理

一、特色小镇的产生和兴起

- (一) 产业升级压力
- (二) 城乡互动需求
- (三) 政策导向支持

二、特色小镇的概念和类型

- (一) 特色小镇的概念内涵
- (二) 特色小镇的主要类型
- (三) 特色小镇的主要特点

三、特色小镇旅游接待业务管理内容

- (一) 特色小镇基础设施建设管理
- (二) 特色小镇游客接待服务中心管理
- (三) 特色小镇社区参与接待服务管理

三、考核知识点与考核要求

(一) 跨界旅游接待业概述

识记：跨界旅游的主要类型和特点；

领会：跨界旅游产生和兴起背景；

简单应用：跨界旅游未来的发展趋势；

综合应用：旅居是如何成为一个旅游新热点的。

(二) 在线旅游接待业务管理

识记：在线旅游的概念；

领会：在线旅游的内涵；

简单应用：在线旅游的主要类型与特征；

综合应用：良好的在线旅游网站建设与管理是在线旅游接待业管理的核心，如何优化在线旅游网站流程？在线旅游客服如何进行接待管理？如何对在线旅游用户进行研究管理。

(三) 会展旅游接待业务管理

识记：会展旅游的概念、内涵、效率价值；

领会：会展旅游的产生和兴起背景；

简单应用：会展旅游的四大服务项目；

综合应用：会展旅游运作主体业务管理、客户接待业务管理、旅游项目业务管理的内容。

（四）特色小镇旅游接待业务管理

识记：特色小镇的概念和类型

领会：特色小镇的产生和兴起

简单应用：特色小镇基础设施建设管理、游客服务中心管理、社区参与接待服务管理的内容

综合应用：近年来全国各地涌现的一大批产业特色鲜明、要素集聚、宜业宜居、富有活力的特色小镇，这些特色小镇是如何激发新的经济活力又带动传统产业转型，如何促进历史文化遗产保护又在城乡要素资源高效配置等方面发挥积极作用的。

四、本章重点、难点

重点：掌握在线旅游、会展旅游、特色小镇等跨界旅游接待业务的概念、内涵、类型、特征及主要管理内容。

难点：充分掌握在线旅游、会展旅游、特色小镇等跨界旅游接待业务与传统旅游接待业务的区别。

第六章 旅游接待业顾客关系管理

一、学习目的和要求

本章节的学习旨在深入了解旅游接待业顾客关系，通过本章节的学习，学生能够：

1. 掌握旅游接待业顾客管理关系管理的基本概念以及 CRM 发展的动力因素和实施意义；
2. 掌握旅游接待业 CRM 系统理论模块、战略模块以及技术模块；
3. 掌握旅游接待业 CRM 的实施流程、基本策略以及保障体系。

二、课程内容

第一节 旅游接待业顾客关系管理概述

一、旅游接待业顾客关系管理的概念

（一）CRM 的定义与内涵

（二）旅游接待业 CRM 的定义和内涵

二、旅游接待业 CRM 发展的动力因素

- (一) 社会信息技术飞速发展的推动
- (二) 旅游接待业营销理念创新的驱动
- (三) 旅游接待业顾客消费行为变化的拉动
- (四) 旅游接待业市场竞争加剧的促动

三、旅游接待业 CRM 的实施意义

- (一) 提高旅游接待企业的运营效率
- (二) 降低旅游接待企业的经营风险
- (三) 增强旅游接待企业的盈利能力
- (四) 转变旅游接待企业的商务模式
- (五) 增强旅游接待企业在新时期的竞争力

第二节 旅游接待业顾客关系管理的系统内容

一、旅游接待业 CRM 系统的理论模块

- (一) 4Ps、4Cs 营销理论
- (二) 关系营销、4Rs、4Vs 营销理论
- (三) 顾客生命周期、顾客价值理论
- (四) 整体营销观念

二、旅游接待业 CRM 系统的战略模块

- (一) 旅游接待企业 CRM 战略目标的确立
- (二) 旅游接待企业 CRM 战略定位及转化途径
- (三) 旅游接待企业 CRM 战略的顾客增长矩阵
- (四) 企业 CRM 战略实施和评价

三、旅游接待企业 CRM 系统的技术模块

- (一) 旅游接待企业顾客接触平台：数据挖掘、集成以及互动管理
- (二) 旅游接待企业 CRM 平台：提供全套的应用解决方案
- (三) 旅游接待企业 CRM 系统的业务功能：营销管理、销售管理以及顾客个性化服务和决策支持等
- (四) 旅游接待企业 CRM 系统的技术功能：信息分析和信息库建设、渠道和工作流集成、网络应用、多系统整合等技术支持

第三节 旅游接待业 CRM 的实施流程与策略

一、旅游接待业 CRM 的实施流程

- (一) 明确 CRM 目标，获取顾客知识
- (二) 制定顾客方案，实施定制服务
- (三) 实现互动反馈，追踪需求变化
- (四) 评估活动绩效，改善顾客关系

二、旅游接待业 CRM 的基本策略

- (一) 顾客识别策略
- (二) 顾客保留策略
- (三) 顾客忠诚策略

三、旅游接待企业 CRM 的实施保障体系

- (一) 信息技术保障
- (二) 人员团队保障
- (三) 管理组织保障
- (四) 合理规划保障
- (五) 企业文化保障
- (六) 专业化管理保障

三、考核知识点与考核要求

(一) 旅游接待业顾客关系管理概述

识记：CRM、旅游接待业 CRM 的定义与内涵

领会：旅游接待业 CRM 的实施意义

简单应用：旅游接待业 CRM 发展的动力因素

综合应用：结合具体酒店集团的案例能够分析出其 CRM 的关键策略

(二) 旅游接待业顾客关系管理的系统内容

识记：4Ps、4Cs 营销理论，关系营销、4Rs、4Vs 营销理论，顾客生命周期
顾客价值理论，整体营销理论的概念

领会：旅游接待业 CRM 的四大战略模块和技术模块

简单应用：能够对 4Ps、4Cs、4Rs、4Vs 四种营销理论的核心思想进行对比；

综合应用：能够结合营销理论对具体案例分析其经营战略

（三）旅游接待业 CRM 的实施流程与策略

识记：旅游接待业 CRM 循环流程

领会：旅游接待业 CRM 的基本策略

简单应用：旅游接待业 CRM 如何践行创新发展理念

综合应用：能够结合 CRM 理论对具体案例分析其经营战略

四、本章重点、难点

重点：系统掌握旅游接待业 CRM 系统的基本内涵、主要内容以及实施流程、策略

难点：如何将旅游接待业 CRM 有效应用于旅游接待实践

第七章 旅游接待业服务质量管理

一、学习目的和要求

本章节旨在深入学习旅游接待业服务质量，通过本章节的学习，学生能够：

1. 掌握旅游接待业服务质量的基本含义、特点以及基本内容；
2. 掌握旅游接待业服务质量管理的原则、客体及过程；
3. 掌握旅游接待业全面质量管理的内容、方法及有效途径。

二、课程内容

第一节 旅游接待业服务质量管理概述

一、旅游接待业服务质量的含义

二、旅游接待业服务质量的特点

- （一）服务质量的有形性与无形性
- （二）服务质量的生产和消费同时性
- （三）服务质量的整体性和全面性
- （四）服务质量的共性和个性
- （五）服务提供的员工关联性
- （六）服务质量的情感交融性

三、旅游接待业服务质量的内容

(一) 旅游接待业有形产品质量

(二) 旅游接待业无形产品质量

第二节 旅游接待业服务质量管理体系

一、旅游接待业服务质量管理的原则

(一) 以游客为中心

(二) 领导作用

(三) 全员参与

(四) 过程方法

(五) 系统原则

(六) 持续改进

(七) 依据事实

(八) 全面受益

二、旅游接待业服务质量管理的客体

(一) 组织结构

(二) 服务传递

(三) 系统资源

三、旅游接待业服务质量管理过程

(一) 服务质量计划

(二) 服务质量控制

(三) 服务质量改进

第三节 旅游接待业全面质量管理

一、旅游接待业全面质量管理的内容

(一) 全面质量管理主体-全体成员

(二) 全面质量管理对象-全方位

(三) 全面质量管理方法-全方法

(四) 全面质量管理过程-全过程

(五) 全面质量管理目标-全效益

二、旅游接待业全面质量管理方法

(一) PDCA 法

(二) QC 小组法

(三) ZD 管理法

三、提高旅游接待业服务质量的有效途径

(一) 树立旅游接待业全面质量管理意识，纳入行业整体发展战略

(二) 创新旅游接待业服务管理理念，提高行业质量管理水平

(三) 提高旅游接待业全体员工素质，强化员工队伍管理

三、考核知识点与考核要求

(一) 旅游接待业服务质量管理概述

识记：旅游接待业服务质量的

领会：旅游接待业服务质量的特点；

简单应用：旅游接待业服务质量的内容；

综合应用：旅游接待业如何不断提高服务质量和顾客忠诚度才能获得持久的市场竞争力。

(二) 旅游接待业服务质量管理体系

识记：旅游接待业服务质量管理的原则；

领会：组织结构、服务传递和系统资源作为旅游接待业服务质量的客体；

简单应用：了解旅游接待业服务质量的管理过程；

综合应用：能够结合具体案例分析旅游接待业服务质量的管理战略。

(三) 旅游接待业全面质量管理

识记：旅游接待业全面质量管理的概念；

领会：旅游接待业全面质量管理的内容；

简单应用：旅游接待业全面质量管理的方法 PDCA 法、QC 小组法、ZD 管理费率法以及有效途径；

综合应用：能够结合具体案例分析旅游接待业服务质量的全面质量管理战略。

四、本章重点、难点

重点：掌握旅游接待业服务质量管理的基本含义、特点及内容。

难点：掌握全面质量管理的原则、内容、方法及有效途径。

第八章 旅游接待业管理信息系统

一、学习目的和要求

本章节旨在深入了解旅游接待业的管理信息系统，通过学习，学生能够：

1. 掌握旅游接待业管理信息系统的内涵、特征、功能、内容及意义；
2. 掌握旅游接待业管理信息系统开发的特点、原则、方式及方法；
3. 掌握旅游接待业管理信息系统的实施、运行及维护；
4. 掌握旅游接待业管理信息系统风险因素分析、防范措施、安全管理对策以及系统安全方案。

二、课程内容

第一节 旅游接待业管理信息系统概述

一、管理信息系统的内涵与结构

- （一）管理信息系统的内涵
- （二）管理信息系统的结构

二、旅游接待业管理信息系统的内涵、特征与功能

- （一）旅游接待业管理信息系统的内涵
- （二）旅游接待业管理信息系统的特征
- （三）旅游接待业管理信息系统的功能

三、旅游接待业管理信息系统的管理内容及意义

- （一）旅游接待业管理信息系统的内容
- （二）旅游接待业管理信息系统的意义

第二节 旅游接待业管理信息系统开发概述

一、旅游接待业管理信息系统开发的特点

- （一）旅游接待业管理信息系统的开发需要建立在一定的物质基础之上
- （二）旅游接待业管理信息系统的开发需要建立在良好的管理环境之上
- （三）旅游接待业管理信息系统的开发需要建立在相应的组织结构之上

二、旅游接待业管理信息系统开发原则

(一) 应用性原则

(二) 规范性原则

(三) 成长性原则

三、旅游接待业管理信息系统开发方式

(一) 自行研发

(二) 委托开发

(三) 利用现成软件包开发

四、旅游接待业管理信息系统的开发方法

(一) 结构化系统开发方法

(二) 原型法

(三) 面向对象法

第三节 旅游接待业管理信息系统的运行管理

一、旅游接待业管理信息系统的实施

(一) 系统实施的内容

(二) 影响系统正常实施的因素

二、旅游接待业管理信息系统的运行

(一) 信息系统运行的管理结构

(二) 信息系统运行管理的内容

(三) 运行管理规章制度

三、旅游接待业管理信息系统的维护

(一) 数据维护

(二) 硬件设备维护

(三) 程序维护

第四节 旅游接待业管理信息系统的安全管理

一、旅游接待业管理信息系统风险因素分析

(一) 人为风险因素

(二) 自然风险因素

(三) 技术风险因素

二、旅游接待业管理信息系统风险防范措施

- (一) 建立完善的管理制度和管理机构
- (二) 加强信息系统建设过程的风险管理
- (三) 加强信息系统存续阶段的风险管理
- (四) 规划风险控制支持功能
- (五) 加强计算机信息系统安全宣传教育

三、旅游接待业管理信息系统安全管理技术对策

- (一) 安全监控技术
- (二) 身份认证技术
- (三) 计算机安全加权
- (四) 防火墙技术
- (五) 计算机加密技术

四、一般旅游接待企业采用的系统安全方案

三、考核知识点与考核要求

(一) 旅游接待业管理信息系统概述

识记：管理信息系统和旅游接待业管理信息系统的内涵、结构和特征；

领会：旅游接待业管理信息系统的内容及意义；

简单应用：酒店前台操作系统 **Opera** 的内容和主要功能；

综合应用：能够结合具体案例分析旅游接待业如何结合信息系统打造旅游目的地。

(二) 旅游接待业管理信息系统开发概述

识记：旅游接待业管理信息系统开发的特点；

领会：旅游接待业管理信息系统开发的原则和开发方式；

简单应用：能够对旅游接待业管理信息系统开发的方法进行比较；

综合应用：能够深入了解结构化系统开发方法的生命周期以及原型法的开发过程。

(三) 旅游接待业管理信息系统的运行管理

识记：系统实施的内容和影响因素；

领会：信息系统运行的管理结构、内容；

简单应用：旅游接待业管理信息系统如何进行维护；

综合应用：酒店管理操作系统的内容和主要功能。

（四）旅游接待业管理信息系统的安全管理

识记：旅游接待业管理信息系统风险因素的概念；

领会：旅游接待业管理信息系统风险防范的措施；

简单应用：旅游接待业管理信息系统安全管理技术的对策；

综合应用：旅游接待企业应该如何更有效地防范管理系统面临的安全问题。

四、本章重点、难点

重点：掌握旅游接待业管理信息系统开发、运行以及风险防范的基本知识。

难点：全面了解和掌握旅游接待业管理信息系统开发、运行原则方法，树立风险防范意识。

第九章 旅游接待业品牌战略管理

一、学习目的和要求

本章节旨在深入了解旅游接待业的品牌战略管理，通过本章节的学习，学生能够：

1. 掌握旅游接待业品牌的起源、构成及主要功能；
2. 掌握旅游接待业品牌定位、设计及推广；
3. 掌握旅游接待业品牌延伸扩张战略、数量战略、发展支撑战略的基本内涵。

二、课程内容

第一节 旅游接待业品牌发展概述

一、旅游接待业品牌的起源与发展回顾

- （一）世界品牌的起源与发展
- （二）我国品牌的产生和发展
- （三）我国现代旅游接待业的品牌发展

二、旅游接待业品牌及其构成

- (一) 品牌和旅游接待业品牌的概念
- (二) 旅游接待业品牌的外延要素构成
- (三) 旅游接待业品牌的内涵

三、旅游接待业品牌的功能

- (一) 品牌对于旅游接待企业的功能
- (二) 品牌对于旅游消费者的功能

第二节 旅游接待业品牌塑造与推广

一、旅游接待业品牌定位

- (一) 旅游接待业品牌定位的内容体系
- (二) 旅游接待业品牌定位的策略选择

二、旅游接待业品牌设计

- (一) 旅游接待业品牌设计的主要内容
- (二) 旅游接待业品牌设计的原则

三、旅游接待业品牌推广

- (一) 旅游接待业品牌推广的过程
- (二) 旅游接待业品牌推广的途径

第三节 旅游接待业品牌战略

一、品牌延伸扩张战略

- (一) 旅游接待业品牌市场扩张战略
- (二) 旅游接待业品牌规模扩张战略
- (三) 品牌延伸的风险控制

二、品牌数量战略

- (一) 单一品牌战略
- (二) 多品牌战略

三、品牌发展支撑战略

- (一) 质量支撑战略
- (二) 技术支撑战略
- (三) 市场支撑战略
- (四) 营销支撑战略

（五）人才支撑战略

三、考核知识点与考核要求

（一）旅游接待业品牌发展概述

识记：旅游接待业品牌的概念；

领会：旅游接待业品牌的起源与发展、内涵和外延以及要素构成；

简单应用：旅游接待业品牌的功能；

综合应用：能够结合具体案例分析品牌是如何塑造旅游企业文化的。

（二）旅游接待业品牌塑造与推广

识记：旅游接待业的品牌塑造包含的三个主要环节；

领会：旅游接待业品牌定位的内容体系、策略选择；

简单应用：旅游接待业品牌设计的主要内容；

综合应用：能够结合具体案例分析旅游企业的品牌建设。

（三）旅游接待业品牌战略

识记：旅游接待业品牌战略的分类；

领会：品牌延申扩张战略、品牌数量战略、品牌发展支撑战略的背景；

简单应用：品牌延申扩张战略、品牌数量战略、品牌发展支撑战略的主要内容和方式；

综合应用：能够结合具体案例分析旅游企业的品牌战略类型和方式。

四、本章重点、难点

重点：全面掌握旅游接待业品牌定位、设计、推广以及相关基本战略。

难点：将旅游接待业品牌战略应用于酒店、旅行社等旅游运营实践。

第十章 旅游接待业服务管理创新

一、学习目的和要求

本章节旨在深入了解旅游接待业的品牌战略管理，通过本章节的学习，学生能够：

1. 掌握旅游接待业服务理念创新的必要性以及四大服务管理理念创新的特征；

2. 掌握移动定位技术、增强现实技术、近场通信技术、二维码技术、语音技术以及云技术的内涵及应用；

3. 掌握酒店服务产品、旅游交通服务产品、旅游餐饮服务产品、景区景点服务创新的基本理念与知识；

4. 掌握金钥匙管理模式、白金管家服务模式、皇金管家服务模式的基本理念及职能作用。

5. 能够从电子商务角度、游览体验角度充分认识旅游接待业服务市场创新。

二、课程内容

第一节 旅游接待业服务理念创新

一、旅游接待业服务理念创新的必要性

- (一) 旅游接待业服务创新是时代的要求
- (二) 旅游接待业服务创新是市场竞争的必然选择
- (三) 旅游接待业服务创新是科技进步的结果
- (四) 旅游接待业服务创新是适应消费需求机构多变性及多样性的需要
- (五) 旅游接待业服务创新是延长服务生命周期的重要手段

二、旅游接待业四大服务管理理念创新

- (一) 向定制旅游接待服务转变
- (二) 向交互旅游接待服务转变
- (三) 向精细旅游接待服务转变
- (四) 向供应链旅游接待服务转变

第二节 旅游接待业服务技术创新

- 一、移动定位技术
- 二、增强现实技术
- 三、近场通信技术
- 四、二维码技术
- 五、语音技术
- 六、云技术

第三节 旅游接待业服务产品创新

一、酒店业服务产品创新

（一）酒店安防系统

（二）酒店通信服务

（三）客房在线预订

二、旅游交通服务产品创新

（一）航空公司电子机票

（二）打车软件

三、旅游餐饮服务产品创新

（一）无线点菜系统

（二）菜肴制作数据化

四、景区景点的服务创新

（一）多媒体展示

（二）电子门票

（三）景区数字化监管

第四节 旅游接待业服务模式创新

一、金钥匙管家模式

（一）金钥匙的含义

（二）金钥匙个性化服务

（三）金钥匙哲学理念

（四）金钥匙的基本素质

（五）金钥匙标准

二、白金管家模式

（一）白金管家的发展历程

（二）白金管家的特点

（三）白金管家的服务理念

（四）白金管家的文化理念

（五）白金管家的使命

（六）白金管家的责任

（七）白金管家服务特色

三、皇金管家模式

（一）皇金管家文化

（二）皇金管家理念

（三）皇金管家的职能作用

（四）皇金管家标识展示

四、其他类型的管家服务

第五节 旅游接待业服务市场创新

一、电子商务角度

二、游览体验角度

三、考核知识点与考核要求

（一）旅游接待业服务理念创新

识记：旅游接待业服务管理创新包含哪五个方面的内容；

领会：旅游接待业服务管理创新的必要性；

简单应用：旅游接待业四大服务管理理念创新；

综合应用：能够结合具体案例分析旅游企业是如何进行服务理念创新。

（二）旅游接待业服务技术创新

识记：移动定位技术、增强现实技术、近场通信技术、二维码技术的概念；

领会：旅游接待业服务技术创新的背景；

简单应用：AR技术在旅游业中有哪些具体的应用；

综合应用：能够结合具体案例分析旅游企业是如何进行服务技术创新的。

（三）旅游接待业服务产品创新

识记：旅游接待业服务产品可以分为旅游服务产品、支持型旅游服务产品、延伸型旅游服务产品；

领会：酒店业服务产品、旅游交通服务产品、旅游餐饮服务产品、景区景点服务产品的创新内容；

简单应用：旅游景区有哪些创新产品；

综合应用：能够结合具体案例分析旅游企业是如何进行服务产品创新的。

（四）旅游接待业服务模式创新

识记：管家服务的类型及其含义、个性化服务、哲学理念、基本素质和标准；

领会：管家模式和传统服务模式的区别；

简单应用：金钥匙管家服务职业要求和质量标准；

综合应用：能够结合具体案例分析旅游企业是如何进行服务模式创新的。

（五）旅游接待业服务市场创新

识记：旅游接待业服务市场创新的概念；

领会：服务市场创新的分析角度

简单应用：电子商务角度和游览体验角度如何进行服务创新；

综合应用：能够结合具体案例分析旅游企业是如何进行服务市场创新的。

四、本章重点、难点

重点：掌握旅游接待业服务管理创新的基本概念及服务模式。

难点：与时俱进，适应当前旅游接待业不断变化的市场发展形势，树立创新理念，不断推进旅游接待业的发展与创新。

第三部分 有关说明与实施要求

一、关于考核目标的说明

1.关于考试大纲与教材的关系

考试大纲以纲要的形式规定了旅游策划课程的基本内容,是进行学习和考核的依据;教材是考试大纲所规定课程内容的具体化和系统论述,便于自学应考者自学、理解和掌握。考试大纲和教材在内容上基本一致。

2.关于考核目标的说明

(1) 本课程要求应考者掌握的知识点都作为考核的内容。

(2) 关于考试大纲中四个能力层次的说明:

识记:主要涉及事实性知识、概念性知识,要求应考者能知道本课程中有关的名词、概念、原理和知识的含义,并能正确认识和表述。

领会:主要涉及概念性知识、程序性知识,要求在识记的基础上,能全面把握本课程中的基本概念、基本原理、基本方法,能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。

简单应用:主要涉及程序性知识、概念性知识,要求在领会的基础上,能运用本课程中的基本概念、基本方法中的少量知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题。

综合应用:主要涉及科学观念、概念性知识、程序性知识、事实性知识,要求在简单应用的基础上,能运用学过的本课程多个知识点,综合分析和解决比较复杂的问题。

二、关于自学教材的说明

1.指定教材

《旅游接待业》(第三版)马勇主编,华中科技大学出版社,2024年1月(第3版第1次印刷)。

2.参考教材

《旅游接待业：理论方法与实践》，何建民主编，重庆大学出版社，出版日期 2019。

三、自学方法指导

1.学习课程内容之前，首先阅读教材目录，了解教材体系，其次应保证必要的学习时间，并合理安排自学时间，制定学习进度计划。

2.认真阅读与钻研大纲与教材。学习各章材料之前，首先阅读本课程自学考试大纲中有关这一章的考核知识点、重点以及各知识点的能力层次要求与考核要求，其次，阅读各章的章节小节。

3.系统学习与重点深入相结合。教材要逐段细读，重点内容多读多思，理解每个知识点，要求做到：基本概念要深刻理解，基本原理要彻底弄清，基本方法要牢固掌握。

4.重视理论联系实际。自学应考者应认真踏实地研读教材，掌握基本知识，领会基本原理，并将基础知识和基本原理应用到旅游业的发展实践中。

四、对社会助学的要求

1.应熟知考试大纲对本课程提出的总要求及各章知识点；社会助学者应明确本课程的性质与设置要求，根据本大纲规定的课程内容和考核目标，把握指定教材的基本内容，对自学应考者进行切实有效的辅导，引导学生掌握正确的学习方法，防止自学中的各种偏向，体现社会助学的正确导向。

2.要正确处理基本原理、基本概念和基本知识与应用实践能力的关系，努力引导自学应考者将基础理论知识转化为认识、分析和解决实际问题的能力。

3.辅导时，应以指定教材为基础，考试大纲为依据，不要随意增减内容，以免与自学考试大纲脱节；应掌握各知识点要求达到的层次，并深刻理解各知识点的考核要求。

4.社会助学者应根据这门课程和考试命题特点，指导自学应考者全面系统地学习教材，掌握全部课程内容。在全面辅导的基础上，突出重点章节和重点问题，把重点辅导和兼顾一般有机地结合起来。辅导时，要注重基础，突出重点，引导

考生认真阅读教材。

五、关于考试命题的若干规定

1.本课程考试题型一般有单项选择题、多项选择题、填空题、名词解释、简答题、论述题、案例分析题等七种题型。

2.考试时长建议为 150 分钟，试卷满分为 100 分，重点章节第二、三、四、五、七章。

3.试卷不同难度试题的分数比为：易占 20%，较易占 30%，较难占 30%，难占 20%。

4.本课程考试不得使用计算器。

六、课外实践报告

此外本门课程还要求学生掌握实践中旅游接待业的运作流程。这部分考核要求学生进行为期一周的酒店考察的课外实践，并且提供一份 1500 字的实践报告。

1.实践考核形式

(1) 校外实践考察（为期一周的酒店实地考察）

(2) 实践报告撰写（1500 字）

2.实践考察内容与要求

（重点考察酒店三大核心部门的运作流程）

(1) 前厅部门考察重点

入住/退房标准流程、预订处理系统操作规范、问询应答服务标准、VIP 客人接待流程、突发事件处理预案等。

(2) 客房部门考察重点

中式/西式铺床标准、房间清洁消毒流程、迷你吧物品管理、客房服务响应机制等。

(3) 餐饮部门考察重点

餐厅预订与接待流程、餐具摆放与服务标准、酒水服务规范、特殊饮食需求处理、顾客投诉处理流程等。

3. 实践报告撰写要求

(1) 报告结构

- 引言（考察目的、时间、地点）
- 部门运作观察记录
- 问题分析与改进建议
- 个人收获与反思

(2) 重点内容

- 部门协作机制观察
- 服务质量控制措施
- 客户服务典型案例
- 个人实践心得体会

(3) 评分标准

- 观察深度（30%）
- 分析专业性（30%）
- 建议可行性（20%）
- 报告规范性（20%）

(4) 实践考核注意事项

- 需获得酒店相关部门配合证明
- 每日记录实践日志
- 注意保护客户隐私
- 报告需附实践照片佐证
- 引用资料需注明出处

附录：题型举例

题型一、单项选择题

1. 下列选项中，不是按照接待功能对旅游接待业分类的是
A.传统旅游接待业 B.新型旅游接待业
C.生活旅游接待业 D.跨界旅游接待业
2. 下列选项中，不属于在线旅游的特征
A.市场开放度高 B.顾客反馈性差
C.服务时空性弱 D.业务集中性强

题型二、多项选择题

1. 汽车营地选址需要兼顾的因素有
A.市场区位 B.资源环境
C.交通要素 D.土地政策
E.人文因素
2. 下列属于我国主要在线旅游产品类型的是
A.旅游碎片产品 B.地陪导游
C.行程助手 D.定制咨询
E.定制化线路

题型三、填空题

1. 从空间属性看，旅游接待具有鲜明的主客情境，旅游接待发生在____地域范围内。
2. 根据《旅游景区质量等级的划分与评定》与《旅游景区质量等级管理办法》景区评定细则包括____、景观质量评分细则和游客意见评分细则三个方面。

题型四、名词解释

1. 景区服务接待
2. 全陪导游

题型五、简答题

1. 简述旅游接待业服务质量的五个维度。
2. 游客对景区投诉的原因包括哪些方面？

题型六、论述题

1. 论述智慧旅游背景下酒店应该如何进行智慧化建设？
2. 论述在线旅游的发展趋势。

题型七、案例分析题

1. 袁家村坐落在陕西省咸阳市礼泉县，处在西咸半小时经济圈内。10 几年前，袁家村还是一个空心村，只有不到 300 位村民，今天袁家村已经是中国最美乡村、国家 4A 级景区、中国乡村旅游创客示范基地，这里汇聚了 1000 多名创客，吸纳 3000 多人就业，带动周边数万农民增收。2017 年袁家村接待游客达 500 万人次，可计算财政收入 3.8 亿元，村民人均纯收入在十万以上，是国家 4A 级景区，是中国十大美丽乡村，是全国乡镇旅游示范村，袁家村实现了将一个空心村变成一个最美乡村的奇迹。

请结合案例和相关知识，回答以下问题：

- (1) 袁家村有哪些开创性的创举？
- (2) 袁家村采取了哪些措施把一个空心村变成一个最美乡村？

2. 2017 年 4 月，一则“亚裔乘客被强行拖拽下美联航飞机受伤”的视屏，迅速成为全球舆论热点，点击量超亿。据媒体报道称，涉事客机原定于傍晚 5 时 40 分起飞，但是美联航发现航班超额预定，为了让 4 名机组人员能翌日到达路易斯威尔，以为隔日的航班做准备，便在机上寻求 4 名自愿下机的乘客，承诺赔偿 400 美元及一夜酒店住宿；但加至 800 美元都无人放弃登机，航空公司决定用电脑随机抽取 4 人。一名被抽到的男女平静接受，但一名自称是医生，与妻子同被抽中的华裔男子拒绝下机，表示翌日要到路易斯威尔医院见病人。在争持不下的情况下，3 名机场执法人员决定强行拖走男子，导致其嘴部受伤流血。机上乘客将视屏上传到社交媒体，相关视屏点击过亿。

如果超额预订发生在酒店，酒店该如何正确处理？试从酒店超额预订的概念，影响酒店超额预定的因素以及遇到超额预订的情况国际惯例的正确处理方式(一般预订和保证类预订)三个方面进行论述。