



高职高专旅游大类十二五规划教材

模拟导游实训教程

主 编 © 王喜华



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位



高职高专旅游大类十二五规划教材

模拟导游实训教程

主 编 ◎ 王喜华

旅游行业认知	中国旅游地理	旅行社经营与管理	旅游政策法规
旅游目的地营销	现代饭店管理	导游实务	旅行社经营实务
中国主要旅游景区	餐饮服务与管理	旅游人力资源管理	
旅游目的地环境			
实训教材			
导游模拟实训	中餐制作技术	模拟导游(第2版)	导游实务(第2版)
导游实务	餐饮服务技能	客房服务技能	导游实务(第3版)
中西点制作技术	茶艺服务技巧	前厅服务技能	餐饮服务技能
酒店英语	客房服务技能	礼仪与形体训练	旅行社经营实务
酒水与酒吧工作技巧	前厅服务技能		
餐饮服务技能	礼仪与形体训练	综合教材	
茶艺服务技能	综合教材	综合教材	
休闲管理实务	综合教材	综合教材	
综合教材	综合教材	综合教材	
综合教材	综合教材	综合教材	



厦门大学出版社
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社
全国百佳图书出版单位

图书在版编目(CIP)数据

模拟导游实训教程/王喜华主编. —厦门:厦门大学出版社, 2012. 8
ISBN 978-7-5615-4256-9

I. ①模… II. ①王… III. ①导游—教材 IV. ①F590.63

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 067735 号

厦门大学出版社出版发行

(地址:厦门市软件园二期望海路 39 号 邮编:361008)

<http://www.xmupress.com>

xmup@xmupress.com

南平武夷美彩印中心印刷

2012 年 8 月第 1 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:16

字数:400 千字 印数:1~3 000 册

定价:28.00 元

本书如有印装质量问题请直接寄承印厂调换

高职高专旅游大类十二五规划教材

简介

本规划教材深化人才培养模式改革,在教育观念、课程体系、教学内容、教学方法和实践环节等方面进行探索和创新,是符合高职高专教育教学改革实际的教材,为推进高职人才培养模式和加快培养生产、建设、管理、服务一线需要的高技能人才提供坚实保障。

核心点——培养产业发展急需的高技能人才;

切入点——推行工学结合、校企结合;

内容点——体现新知识、新工艺、新技术的专业课程教材、实训教材和体现闽台职业教育资源共建共享的闽台合编教材。

书目

专业课程教材			
旅游行业认知	中国旅游地理	旅行社经营与管理	旅游景区服务与管理
旅游市场营销	现代饭店管理	导游业务	前厅客房服务与管理
中国主要旅游客源国/目的地概况	餐饮服务与管理	旅游人力资源管理	
实训教材			
导游情境英语	中餐制作技术	模拟导游(英文)	旅游交通票务
旅游摄影	餐饮服务技能	客房服务技能	西餐制作技术
中西点制作技术	茶艺服务技巧	前厅服务技能	模拟导游实训教程
饭店情境英语	旅游景观鉴赏	礼仪与形体训练	旅行社组团与计调
酒水与酒吧服务	休闲运动营销实务		
闽台合编教材			
茶文化旅游设计	闽台旅游产业政策与法规	闽台旅游景观经济文化	温泉旅游服务与管理
休闲管理实务	旅游英语视听说	休闲运动心理学	饮食与健康
闽台旅游基础知识			



编写说明

旅游业是世界经济发展的阳光产业。进入 21 世纪后,中国旅游业的年接待游客量和旅游总收入更是以超过 20% 的速度在增长。据福建省旅游局发布的《2011 年福建省旅游经济指标分析》,福建省 2011 年全年接待国内游客 13 595.01 万人次,比 2010 年增长 19.1%,国内旅游收入 1 361.66 亿元,增长 20.0%;福建省接待入境游客 2011 年首次突破 400 万大关,高达 427.42 万人次,同比增长 16.1%。旅游业的发展给国家和旅游业从业人员都带来了巨大的经济效益,导游行业成了全国十大高收入行业之一。阳光产业吸引了众多人员加入,优秀人才纷纷加入旅行社导游人员的队伍。

1997 年 10 月,世界旅游组织发表的预测报告《世界旅游业 2020 年展望》指出:“到 2020 年,中国将成为世界第一位旅游接待大国和第四位客源输出国。”国际入境游客年旅游人数达 1.4 亿人次,国内游客年旅游人数突破 15 亿人次的发展目标,这也需要大批人才投身到旅游行业中来。

随着旅游业的发展,旅游教育也蒸蒸日上。为了应对旅游市场的需求,旅游院校开设了一系列相关的旅游课程。其中“模拟导游”就是旅游管理专业的职业核心课程之一,也是学生参加全国导游员资格考试前的实战演练。本教材编写注重从导游员的具体操作入手,侧重于导游服务的程序和方法,加强其服务规范性和技能性训练,提高带团能力和服务水平。通过技能实训、知识链接、案例分析等形式,对导游工作程序,接待计划的制订和落实,接团服务,沿途导游讲解服务,入店服务,商定日程,旅游沿途活动设计与组织,自然景观和人文景观导游,特殊团队的导游服务,突发事件的处理,购物、餐饮、娱乐服务,送团服务等内容进行介绍。学生通过学习,可以掌握导游的基本程序、方法、技巧,熟悉导游过程中的所有环节,为将来的实地导游奠定基础。

本教材编写过程中,注重体现以下特色:

1. 操作性强。本教材以导游工作全过程任务为主线,安排各个实训项目为课程主导内容,详细并且规范地编写实训教学的各个步骤,使学生掌握导游服务的规范程序和导游方法,完全贴近旅游团的实际运作特点。

2. 涉及面广。本教材充分反映当前旅游团队的多样化接待特点及旅游团的活动内容,在过程中体现完整、在类型上体现全面、在服务中体现细节,力争使每一个学生都能掌握每一个环节。

3. 讲求实用。本教材注重实景训练,在每一个项目的实训当中,紧密结合福建省及漳



州市的旅游景区景点进行实地或模拟的演练。教材以导游实际工作为主线,在相关知识链接中,附了适量的示例和导游词,便于学生举一反三,并运用到实际工作中去。

本书由漳州职业技术学院王喜华任主编,负责拟定全书的体系、文稿并作最后的总纂和修改定稿工作。

在本教材的编写工作中,得到福建省教育厅、漳州职业技术学院、漳州康辉旅行社、漳州天马旅行社和厦门大学出版社的大力支持,在此表示衷心的感谢。本书参考和借鉴了大量的相关文献、著作和教材,在此谨向各位专家学者一并表示感谢。

本教材难免有不足和差错之处,恳请各相关高职院校的同仁、专家和读者在使用本教材的过程中给予关注,并将意见及时反馈给我们,以臻完善。

编 者

2012年5月



目 录

学习情境一	导游工作程序	1
任务一	认知旅行社及基本业务	1
任务二	导游工作流程认知	7
任务三	导游员职业素质训练	16
学习情境二	接待计划的制订和落实	21
任务一	制订旅游接待计划	21
任务二	熟悉和落实旅游接待计划	25
学习情境三	导游服务规程	31
任务一	导游接团服务	31
任务二	入店服务	41
任务三	商定日程	44
任务四	导游参观游览及沿途导游服务	50
任务五	旅游沿途活动设计	56
学习情境四	景观讲解服务	62
任务一	自然景观审美引导及讲解	62
任务二	山地景观讲解技能训练	67
任务三	水体景观讲解技能训练	81
任务四	生物景观讲解技能训练	87
任务五	天象与气候景观讲解技能训练	96
任务六	人文景观讲解技能训练	100
任务七	民俗风情讲解技能训练	104
任务八	中国古建筑讲解技能训练	107
任务九	宗教建筑讲解技能训练	116
任务十	其他人文景观讲解技能训练	123
学习情境五	游客生活服务	131
任务一	团队购物服务	131
任务二	团队餐饮服务	138
任务三	团队娱乐活动服务	145



学习情境六	游客个别要求的处理	149
任务一	餐饮方面个别要求的处理	149
任务二	住宿方面个别要求的处理	152
任务三	娱乐方面的个别要求	154
任务四	购物方面的个别要求处理	156
任务五	游客要求自由活动的处理	159
任务六	游客其他个别要求的处理	162
学习情境七	突发事件处理	167
任务一	旅游路线和日程变更的处理	167
任务二	物品丢失的预防和处理	171
任务三	旅游者患病、死亡的处理	176
任务四	安全事故的预防和处理	181
学习情境八	特殊旅游团队的导游服务	186
任务一	大型旅游团的导游服务	186
任务二	其他特殊旅游团队的导游服务	192
学习情境九	送团服务	198
附录 1	《中国公民出境旅游文明行为指南》、《中国公民国内旅游文明行为公约》	206
附录 2	《旅游突发公共事件应急预案》(简本)	207
附录 3	《福建省旅游突发公共事件应急预案》	211
附录 4	国家旅游局《出境旅游突发事件应急预案》(简本)	220
附录 5	《中国民用航空旅客、行李国内运输规则》	223
附录 6	《关于禁止旅客随身携带液态物品乘坐国内航班的公告》	232
附录 7	《中华人民共和国海关关于进出境旅客通关的规定》	233
附录 8	导游服务质量(GB/T 15971—1995)国家标准	235
附录 9	《导游人员管理条例》	243
参考文献		247



学习情境一

导游工作程序

学习目标

1. 认知旅行社,了解旅行社基本业务
2. 认识导游工作,理解导游工作的工作流程
3. 掌握提供导游服务的原则和导游人员应具备的素质要求
4. 能运用导游服务知识分析导游服务案例

任务一 认知旅行社及基本业务

技能实训

实训项目	认知旅行社及基本业务
实训要求	了解旅行社相关概念、分类、设立和经营业务等
实训地点	教室或模拟旅行社实训室
实训材料	多媒体设备、旅行社或模拟环境
实训内容与步骤	一、实训准备 1. 学生分若干小组; 2. 学生分组分批到旅行社进行调查。 二、实训开始 1. 学生分组通过所查阅和调查的相关资料,表述对旅行社的认识; 2. 总结得出旅行社的概念、分类、设立的条件程序和经营业务范围; 3. 教师对学生的发言进行讲评并归纳总结。 三、实训结束



实训考核

组别：_____ 姓名：_____ 时间：_____

项 目	应 得 分	实际得分
理论知识查阅	30	
调查结果分析	40	
实训态度	30	
合 计	100	

考核时间：_____ 年 _____ 月 _____ 日 考评教师(签名)：_____

知识链接

旅行社、饭店、交通是旅游业的三大支柱,其中旅行社处于核心地位,将旅游六要素“吃、住、行、游、购、娱”有机结合起来,使旅游接待服务过程顺利、完整,从而达到旅游者旅游需求的最大化。

一、旅行社的概念和定义

根据 2009 年 2 月国务院公布的《旅行社条例》规定:旅行社是指从事招徕、组织、接待旅游者等活动,为旅游者提供相关旅游服务,开展国内旅游业务、入境旅游业务或者出境旅游业务的企业法人。

旅行社按照旅游行政主管部门批准的经营范围开展国内旅游业务、入境旅游业务、出境旅游业务和边境旅游业务。

国内旅游业务,是指旅行社招徕、组织和接待中国内地居民在境内旅游的业务。

入境旅游业务,是指旅行社招徕、组织、接待外国旅游者来我国旅游,香港特别行政区、澳门特别行政区旅游者来内地旅游,台湾地区居民来大陆旅游,以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人,在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民在境内旅游的业务。

出境旅游业务,是指旅行社招徕、组织、接待中国内地居民出国旅游,赴香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区旅游,以及招徕、组织、接待在中国内地的外国人、在内地的香港特别行政区、澳门特别行政区居民和在大陆的台湾地区居民出境旅游的业务。

根据 1996 年国家旅游局的《边境旅游暂行管理办法》,边境旅游,是指经批准的旅行社组织和接待我国及毗邻国家的公民,集体从指定的边境口岸出入境,在双方政府商定的区域和期限内进行的旅游活动。

二、旅行社的基本业务

根据 2009 年 4 月公布的《旅行社条例实施细则》规定:旅行社为旅游者提供的相关旅



游服务主要包括:(1)安排交通服务;(2)安排住宿服务;(3)安排餐饮服务;(4)安排观光游览、休闲度假等服务;(5)导游、领队服务;(6)旅游咨询、旅游活动设计服务。

三、旅行社其他业务

(1)接受旅游者的委托,代订交通客票、代订住宿和代办出境、入境、签证手续等;

(2)接受机关、事业单位和社会团体的委托,为其差旅、考察、会议、展览等公务活动,代办交通、住宿、餐饮、会务等事务;

(3)接受企业委托,为其各类商务活动、奖励旅游等,代办交通、住宿、餐饮、会务、观光游览、休闲度假等事务;

(4)其他旅游服务。

前面所列出境、签证手续等服务,应当由具备出境旅游业务经营权的旅行社代办。

以上的业务内容是从旅游法规的角度对旅游业务的范围进行圈定的,而从旅行社经营管理的角度来看,旅行社的业务活动贯穿于旅游者产生旅游动机到旅游活动结束的全过程,旅行社基本业务的开展和进行是旅游者的行为与旅游企业的活动的有机结合。

四、旅行社的主要业务部门及其业务

市场营销部(外联部、市场部)——旅行社营销业务;

计划调度部(计调部)——旅行社计调业务;

接待部(门市营业部、导游部)——旅行社接待任务。

(1)旅行社营销业务:是指旅行社通过各种直接或间接的方式,为了将其产品转移到最终消费者手中而进行的一系列销售活动,包括促销与销售等业务。

(2)旅行社计调业务:计调指的是计划和调度,是完成地接、落实发团计划的总调度、总指挥、总设计。就旅行社而言,计调工作非常重要,计调部门是旅行社工作的核心部门,其包括旅行社产品线路的市场调研、组织、设计、采购等业务。对计调而言,成本领先与质量控制是计调岗位的两大核心。

(3)旅行社接待任务:是旅行社为已经预订了旅游产品的旅游者,到达本地后提供实地旅游服务的一系列工作,包括咨询、门市接待、导游服务、售后服务等业务。

资料库:中国具有一定规模的旅行社介绍

中国国际旅行社总社:中国国际旅行社总社(CITS)成立于1954年,是目前国内规模最大、实力最强的旅行社企业集团,是进入2002年“中国企业500强”的唯一旅游企业,是世界旅游组织在中国的唯一企业会员,也是中国旅行社协会的会长单位。国旅总社还拥有经国家工商注册、国内旅行社唯一的旅行救援中心,该中心拥有全国网络,并通过与国际著名救援公司合作,每天24小时向国内外游客提供旅行救援服务。国旅总社经过多年的发展,现已在海外10个国家和地区设有14家分社,在全国122个城市拥有集团成员企业,总资产达40亿元。“名牌化、集团化、智能化”是国旅总社的发展目标。中国国际旅行社总社CITS商标已经成为国家商标局认定的中国旅游业唯一驰名商标。

中国旅行社总社:中国旅行社始建于1949年11月,是新中国的第一家旅行社,经过近半个世纪的发展,已成为中国最大的旅游机构之一,在国内外享有良好的声誉和广泛的知名度。



中国旅行社在全国各地设有 364 个分支社,118 家各种档次的旅游宾馆,62 家旅游汽车公司,46 家免税商店,形成一个庞大的旅游服务网络,为旅游者提供食、住、行、游、购、娱等全方位服务,并承办旅游咨询、签证、认证、国际国内机票等有关业务。

中国旅行社总社设在北京,它是全国中旅社的“龙头”,不仅在国内有庞大的系统网络,还与欧美、东南亚、日本、港、澳、台等国家和地区的 300 多家旅行社建立了牢固的合作关系。总社下设 27 个部门,其中主要的入境旅游业务部门有欧洲部、美大部、东南亚部、日本部、韩国部、国际慈善旅游部等,每年招徕接待各国旅游者 10 万多人;出境和国内旅游及其他相关业务部门有出境部、国内旅游部、会议奖励旅游部、中旅首都旅行社、市场部、签证处、航空票务中心、交通业务部等,每年组织赴港、澳、东南亚、欧美等地旅游万余人次。

上海春秋国旅:成立于 1981 年的上海春秋国旅是一家综合性旅游企业,业务涉及旅游、酒店预订、机票、会议、展览、商务、因私出入境、体育赛事等行业,是国际大会协会(ICCA)在中国旅行社中最早的会员,被授权为目前世界最热门赛事 2004 年 F1 赛事中国站境内外票务代理,是第 53 届世界小姐大赛组委会指定接待单位,被授予“上海市旅行社中唯一著名商标企业”。

1994 年以来,上海春秋国旅在经营中国公民境内旅游业上成绩显著,连续九年荣获全国第一的殊荣。拥有“春之旅”、“中外宾客同车游”、“纯玩团”、“自由人”、“爸妈之旅”等多种特色旅游产品。同时,上海春秋国旅已经在美国、英国、泰国、德国、日本、澳大利亚、中国香港等 7 个国家和地区以及国内三十多个大中城市设立分公司,形成了初具规模的“春秋联合体”。在分公司和一千多家网络成员之间实行电脑联网业务操作,做到“散客天天发,一个人也能游天下”便利的散客即时预订服务。

上海春秋国旅设有严格的质量监督管理机制,坚持“99+0=0”和“每团必访”的优质服务质量观,TQC 部获得中国“优秀质量管理小组”称号。由于上海春秋国旅在企业经营、管理和发展方面取得了令人瞩目的成绩,因此十多年以来连续被授予“上海文明单位”的光荣称号。

中青旅控股股份有限公司:中国青年旅行社总社成立于 1980 年 6 月,是共青团中央所属的大型旅游企业,是中国三大骨干旅行社之一。1988 年在中国旅游行业率先成立了中青旅集团。1997 年,又作为主发起人组建了中国旅游行业第一家以完整的旅游概念上市的公司——中青旅股份有限公司。

中国青年旅行社总社主管入境旅游、出境旅游和国内旅游,并在向紧密型、综合式、国际化企业集团发展过程中,将经营领域延伸到酒店业、餐饮业、娱乐业、旅游运输、旅游资源开发、航空代理、贸易、商业零售业、房地产业及高科技等领域。截至目前,中国青年旅行社已与近 60 个国家的 1000 多家旅游客商建立了长期稳定的业务合作关系,在东京、大阪、汉城、香港等地设立了办事机构。

中国康辉旅行社有限责任公司:中国康辉旅行社有限责任公司(原中国康辉旅行社总社)创建于 1984 年,是全国大型旅行社集团企业之一,注册资金逾 1 亿元人民币。“中国康辉”是中国大型国际旅行社、国家特许经营中国公民出境旅游组团社,经营范围包括入境旅游、出境旅游及国内旅游。

“中国康辉”在全国各大城市设有 70 多家垂直管理的分公司(分社),其中 1999 及



2000 年度就有 8 个分社进入全国国际旅行社百强行列。2001 及 2002 年,“中国康辉”在国家旅游局“全国国际旅行社百强企业”的业绩排名已列三甲,企业实力不断发展壮大。

案例·分析

小旅行社的营销业务组合

1997 年上海市 18 家中小旅行社在完全自发自愿的基础上,组成了联合体,以统一的品牌、统一的价格、统一的服务、统一的承诺在中城旅游市场刮起散客旅游新旋风,并向在国内旅游中一直处于垄断“霸主”地位的大旅行社发出挑战。其特点和做法是:(1)18 家成员皆为上海小旅行社,且分布在中城东南西北的角角落落,符合“旅游超市”方便散客就近买票,不与市中心大旅行社抢客源的原则;(2)18 家旅行社,每家都根据自己的特长,拿出一两条过得硬的线路,一共 30 条,在 18 家旅行社统一挂牌出售,任何散客只要到这 18 家中任何一家,就可选择这 30 条线路中任何一条,而不会像以前那样,买一张旅游票得跑许多家旅行社,各家旅行社同一线路、价格、内容又有很大不同;(3)坚持优势互补、共同发展的原则,为防利益不均,“超市”提出了一家举旗、18 家卖,在利润分配上采取倒四六折账法,即代卖票拿六、组团社拿四。

分析:小旅行社既有小、快、灵的优势,又有缺乏规模效应的劣势。自有其特点,营销之道也就不能模仿大社,照抄照搬,否则东施效颦,只能越学越糟。在这点上,上述案例给我们的启示是深刻的。

(1)上海 18 家中小旅行社自发自愿组成联合体,为中小旅行社的发展探索了一条好的路子。首先是联合超市的经营新理念,既方便客户,又赢得信誉,还避免了同行间的无序恶性竞争;其次是在经营旅游产品上不追求千店一面,各家依旧有各家的绝活,但统一了营销网络;其三是建立了利益均沾、共同发展的机制,促使有关各方共同把蛋糕做大。这当然是一个值得继续探索和完善的路子。同时,我们欣喜地注意到,有关方面在形成这种联合机制后,并没有把自己作为一个超级大社而采用大社模式,这一点很重要。小舢板捆在一起可以在一定程度上抵御风浪,但毕竟不能组成航空母舰。如果联合机制运作后去模仿大社,只会失去自我。

(2)中小旅行社的基本营销之道,在于客观地分析并正确地认识自我——自我的优势与劣势,而后扬长避短,主动出击,把优势发挥得淋漓尽致,就接近成功的巅峰了。其中,最大的优势就是贴近市场、贴近客源,船小好调头,从而总驶顺风船。所以,中小旅行社的营销总是更灵活,所销售的旅游产品总是更适合某一细分市场游客的口味,总让游客感到更方便、更可靠。

(3)促销是一种与旅游消费者进行信息沟通的行为过程,也就是通过各种渠道(媒介)向顾客提供和接收反馈信息,激发他们的兴趣和购买欲望,并在他们产生购买行为之前的各阶段提供信息支持。促销的目的是将潜在的顾客转变为实际的购买者。旅行社的促销管理应把握消费者如何接受和处理信息,以及信息如何影响消费者的心理及行为。



案例·启示

广东中旅股份在全国率先进行的业务流程重组

在传统的营运模式下,旅行社国内游、出境游、入境游等各个部门往往是一个个“五脏俱全”的“小旅行社”,各个部门内部资源无法整合,信息流通不畅,无法实现规模效益。

广东中旅股份在全国率先变革的业务新流程的一个最大改变就是,公司横向分为采购策划中心、营销中心、团队操控中心和财务结算中心四大环节。采购策划中心负责对地接社、酒店、机票、车辆、景点等要素统一采购,集中支付,以量的优势降低采购成本;职能是资源采购、产品策划。营销中心的职能是成型产品的销售,通过统一销售,取得市场竞争优势;营销中心有三种业务:零售(针对散客)、包团(针对团队)、批发(针对同业)。团队操控中心的职能是参团客人信息汇总,业务分:组团、签证、订房。财务结算中心负责监控所有业务的收支信息。

广东中旅股份新的业务流程特点:

(1)将分散在各部门甚至各个员工手中的资源集中为旅行社的资源,在旅行社的大平台上运作。

(2)计算机管理系统处于四大环节的中心位置,信息化是基础。

(3)财务管理被提高到前所未有的高度,而财务管理正是现代企业的重要管理手段。

新旧流程的对比表

旧流程	新流程	目的
一个人或几个人包揽流程中的所有环节	没有人可以控制流程中的所有环节	一人包打天下到请求团队合作,实现专业化分工
大多数人做同样的工作,各做各的,互不交叉	员工专注于流程中的某一个环节	减少重复劳动,提高效率
各专业公司分割资源	在统一的平台上资源共享	整合资源,谋求规模效益
采购和销售各环节以及财务电脑系统不一致	采购、销售、操控以及财务电脑系统统一	减少数据重复录入
基点是方便操作、方便管理	基点是方便客户	顾客至上的管理理念
事后管理、结算财务	预结算管理,全程实时监控	财务前移
管理的重点是控制人、控制资源	管理的重点是控制流程和机制	降低管理的道德风险,机制保证好的采购被采纳,公平分配,公平的升职机会



任务作业

(1)实地参观,将学生分为若干组,利用课余时间到旅行社调查,重点了解旅行社各个部门的业务流程与工作内容。

(2)以班级为单位,组织各小组进行交流,最后提交调查报告。

任务二 导游工作流程认知

技能实训

实训项目	认知导游工作流程
实训要求	让学生掌握导游工作服务程序,并通过旅行社认知加强对导游工作的感性认识
实训地点	教室或模拟导游实训室
实训材料	多媒体设备
实训内容与步骤	一、实训准备 1. 与当地知名旅行社联系; 2. 请旅行社经理和优秀导游介绍导游工作的特点和流程; 3. 把学生分为若干个小组。 二、实训开始 1. 分组进行导游部参观,观察计调工作和导游接受任务的工作过程; 2. 听取负责人介绍情况,主要包括导游人员素质、导游服务技能和企业对导游人员的职业要求; 3. 听取优秀导游的情况介绍,主要包括导游工作内容、工作程序及导游自身的体验和感想; 4. 对导游工作进行现场咨询、了解; 5. 对导游工作提出问题; 6. 小组总结。 三、实训结束



实训考核

组别：_____ 姓名：_____ 时间：_____

项 目	应 得 分	实际得分
现场咨询、了解	25	
提出的问题	25	
小组总结情况	25	
实训态度	25	
合 计	100	

考核时间：_____ 年 _____ 月 _____ 日 考评教师(签名)：_____

知识链接

一、导游工作流程

1999年10月的《导游人员管理条例》规定：导游人员是指取得导游证，接受旅行社委派，为旅游者提供向导、讲解及相关旅游服务的人员。按照旅行社经营业务范围来划分，导游人员分为海外领队、全程陪同导游人员（全陪）、地方陪同导游人员（地陪）。

导游人员是旅行社接待服务环节的实施者，在导游服务中具有主导作用，导游人员代表旅行社执行旅游接待计划，帮助旅游者顺利完成旅游各项活动，处理旅游期间出现的各种问题。导游工作流程是导游人员从接受旅行社下达的旅游团接待任务起，到旅游团旅游结束并做完善后工作为止的工作流程，是导游服务标准化的具体实施过程，为导游人员的服务操作提供可遵循的依据。不同业务类型的导游人员的工作流程也有所区别。

（一）全陪工作流程

全陪作为组团社的代表，自始至终参与和监督整个旅游接待计划的落实，协调领队、地陪、司机等接待人员的协作关系。

1. 接团前准备工作

（1）熟悉旅游接待计划。向计调了解旅游团的基本情况：领队、客人的单位和总人数，是否有小孩等；了解该次行程安排中的注意事项、旅游团的特殊要求，并做好记录，以求旅游接待服务更具针对性。

（2）与地接社的地陪联系。掌握地陪的联系方式，与地陪核对行程计划的安排，确认首站的接团地点、时间，互通情况。

（3）与客人的领队联系。与客人确认出发的人数、集合时间和集合地点，提醒客人带好证件，强调旅游注意事项。

（4）与旅游车队的司机联系。与司机联系，确认车型、出发时间及集合地点。

（5）材料和资料的准备。携带必要的证件和材料，包括身份证、导游证、派团单、团



款等。

2. 接团中的服务工作

- (1) 与司机一同提前半小时到集合地点接团,待人数到齐后前往旅游目的地。
- (2) 与地陪交接旅游团,协助地陪落实旅游接待计划。
- (3) 向计调反馈行程中团队的旅游计划落实情况。
- (4) 离站前,与地陪核对清单,交接团款。

3. 返程的末站服务工作

- (1) 送客人到约定的下车地点。
- (2) 提醒客人带好随身物品。
- (3) 征求客人的意见和建议。

4. 行程结束后的善后工作

向计调说明旅游团的整个进展情况和旅游团的账目,若有必要,可同计调一起去拜访客人。

(二) 地陪工作流程

地陪作为地接社的代表,是整个旅游接待计划的具体实施者,其工作流程与全陪相似。

1. 接团前准备工作

(1) 熟悉旅游接待计划。向计调了解旅游团的基本情况:组团社、全陪、旅游团等信息,以及该次旅游行程安排中的注意事项,并做好记录。

(2) 与组团社的全陪联系。掌握全陪的联系方式,与全陪核对行程计划的安排,确认首站的接团地点、时间,互通情况。

(3) 与旅游车队的司机联系。若组团社不是自带车的,地陪要与本社合作的旅游车队的司机联系,确认车型、出发时间及接团地点。

(4) 材料和资料的准备。携带必要的证件和材料,包括身份证、导游证、派团单、团款等。

2. 接团中的服务工作

- (1) 与司机一同提前半小时到约定地点接团。
- (2) 与全陪核实旅游团团况,落实旅游接待计划,协调好与领队、全陪的关系。
- (3) 向计调反馈团队旅游接待计划的落实情况。
- (4) 送团前,与全陪核对清单,交接团款和发票事宜。
- (5) 送团时,提醒客人带好证件和资料,征求客人的意见和建议,若该团是火车团和飞机团,要协助客人办理行李托运或登机手续。

3. 行程结束后的善后工作

向计调说明旅游团的整个进展情况和旅游团的账目,向组团社询问客人的反馈意见。

(三) 海外领队工作流程

1. 出团前准备

(1) 了解旅行团情况。了解旅游团成员的职务、姓名、性别、年龄及旅游团中的重点旅游者、需特殊照顾的对象和旅游团的特殊要求。