

<<旅行社外联与计调>>

图书基本信息

书名：<<旅行社外联与计调>>

13位ISBN编号：9787030324115

10位ISBN编号：7030324110

出版时间：2011-12

出版时间：科学出版社

作者：陈波，朱德勇 主编

页数：99

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>

## <<旅行社外联与计调>>

### 内容概要

本书分为七个单元，内容包括外联与计调工作概述、外联市场分析实训、线路设计与行程制定实训、外联促销实训、计调工作的计价和报价、发团和接团管理、外联与计调部门的管理。

本书在编写过程中，根据现阶段中等职业学校旅游专业学生的实际情况，吸收了国内外旅游业的最新知识，大量采用工作实践中的案例来激发学生的学习兴趣。另外，本书注重理论与实际的联系，注重对学生实践工作能力的培养。

本书配有电子教学参考资料包，主要包括教学指南、教学课件等内容([www.abook.cn](http://www.abook.cn)可下载)。本书既可作为中等职业学校旅游、酒店专业基础课教学用书，也可作为旅游爱好者的阅读资料。

## <<旅行社外联与计调>>

### 书籍目录

#### 单元1 外联与计调工作概述

##### 1.1外联与计调工作

###### 1.1.1外联与计调工作的概念及范围

###### 1.1.2外联与计调工作的特点

##### 1.2外联与计调工作人员

###### 1.2.1外联、计调部门经理的岗位职责和素质要求

###### 1.2.2外联与计调工作人员的岗位职责和素质要求

##### 单元回顾

##### 学习评价

#### 单元2 外联市场分析实训

##### 2.1市场调研与预测实训

###### 2.1.1旅行社市场调研

###### 2.1.2旅行社市场预测

##### 2.2目标市场策略实训

###### 2.2.1市场细分的依据

###### 2.2.2旅行社营销组合策略

##### 2.3产品策略实训

###### 2.3.1认识产品生命周期

###### 2.3.2旅行社产品开发实训

##### 单元回顾

##### 学习评价

#### 单元3 线路设计与行程制定实训

##### 3.1旅游线路和行程

###### 3.1.1旅游线路设计原则与要求

###### 3.1.2旅游线路制定的流程

###### 3.1.3旅游线路样式

###### 3.1.4旅游线路和行程编制实训

##### 3.2旅游线路创新实务

###### 3.2.1旅游线路创新的意义

###### 3.2.2旅游线路创新的技术

##### 单元回顾

##### 学习评价

#### 单元4 外联促销实训

##### 4.1外联促销策略及应用

###### 4.1.1旅行社外联促销组合

###### 4.1.2旅行社外联促销策略

###### 4.1.3外联促销组合策略的具体应用

##### 4.2外联促销计划的制订与预算

###### 4.2.1外联促销计划的制订原则

###### 4.2.2制订促销计划的程序和方法

##### 单元回顾

##### 学习评价

#### 单元5 计调工作的计价和报价

##### 5.1价格策略与利润核算

###### 5.1.1旅行社产品价格概述和价格策略

## <<旅行社外联与计调>>

5.1.2旅行社营业成本的概念及营业收入的构成

5.1.3旅行社利润概念与构成

5.2计调工作的计价和报价

5.2.1旅行社产品的定价方法

5.2.2计调部门的内部计价与对外报价

单元回顾

学习评价

### 单元6 发团和接团管理

6.1发团管理

6.1.1旅行社发团管理概述

6.1.2接团社的选择

6.1.3旅行社发团作业流程

6.2接团管理

6.2.1接团人员的管理

6.2.2旅行社接团服务的要求

6.2.3旅行社接团服务的流程

单元回顾

学习评价

### 单元7 外联与计调部门的管理

7.1产品质量管理

7.1.1产品服务

7.1.2售后服务

7.2客户管理

7.2.1建立客户档案

7.2.2客户评估

7.2.3客户关系巩固

7.3部门内部管理

7.3.1制度和条件

7.3.2业务员考评措施

7.3.3创造良好的工作环境

7.4外联计调部门与其他部门的关系与协调

7.4.1与总经理办公室及接待, 财务部门的关系

7.4.2与交通运输、景点, 餐饮饭店等外部旅游相关行业的协作关系

单元回顾

学习评价

### 参考文献

## <<旅行社外联与计调>>

### 章节摘录

版权页：插图：2.旅游产品开发的对策建议（1）充分认识旅游产品开发的重要性旅游行政管理部门和旅行社要充分认识旅游产品开发的重要性：第一，旅游资源的开发最终体现在旅游产品上，旅游资源优势能否转化为经济优势，与旅游产品的开发密切相关。

第二，稳中有增的客源是旅游企业发展壮大的前提和基础，开发具有强大吸引力的旅游产品是吸引游客的主要载体。

第三，随着人们对旅游产品需求出现多样化、专业化、个性化的趋势，旅行社应重视旅游产品的设计开发，开发出多样化、个性化的旅游产品。

（2）注重市场调研与西方国家相比，我国旅行社在产品过程中最忽视的一点就是不注重市场调研。

我国的旅行社推出的旅游产品往往是依据经营者的主观判断，只一味追求短期的经济效益，对旅游产品市场调查重视程度不够。

旅游产品的设计不是孤立的，在具体操作过程中要把它与市场调研、可行性分析相结合，分析旅游市场动态、细分市场，抓住转瞬即逝的市场契机，有的放矢地进行设计，其旅游产品才能为广大旅游者所接受。

## <<旅行社外联与计调>>

### 编辑推荐

《旅行社外联与计调》是中等职业教育“十二五”规划教材,中职中专旅游服务类专业系列教材之一。

<<旅行社外联与计调>>

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>