第一图书网, tushu007.com

<<旅行社经营管理>>

图书基本信息

书名：<<旅行社经营管理>>

13位ISBN编号：9787040363548

10位ISBN编号：7040363542

出版时间：2012-12-01

出版时间：李娌 高等教育出版社 (2012-12出版)

作者：李娌 编

页数：185

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

前言

提及旅行社，以往人们想到的是“以营利为主要目的的旅游经营企业”。
但随着旅行社行业的发展，可以这样说：旅行社未来的机会在于服务品质的提升、产品的差异化以及品牌的独立性，而并非“营利”。
所以，不同时期的不同观点，正印证了旅行社行业发展过程中的变化。

本书紧密结合旅行社行业发展实际情况，结合高职高专课程改革需要，通过总结既往的教学经验，以遵从学生认知、技能和情感发展规律为前提，在教材中设置了小资料、小案例、阅读资料、实训项目、案例分析等环节，反映旅行社行业业务操作流程，突显工学结合的特点。

具体表现在以下几方面。

1.实践性强　本书编者均为“双师型”教师，有着多年的旅行社工作经历和丰富的教学经验，以大量的真实案例、操作程序、实用表格等为素材，侧重强调实际应用，使没有涉及过旅行社业务的同学能够一目了然，轻松接受。

2.注意多种教学方法的运用　小资料、小案例等栏目的设计，可以促进同学们将知识灵活转化并应用，开拓思路，提高学习兴趣。
尤其是各章最后实训项目的设置，可以使学生在工作情境中对本章知识的学习进行总结和巩固。

3.教材难易适中　本书既能够满足高职高专教育、应用型本科教育旅游管理、旅行社经营管理等专业在校学生的学习需要，同时也可以作为旅游行业从业人员提高业务水平的可读性较强的业务参考书，还可以作为旅行社行业企业岗位培训教材使用。

教材由吉林省经济管理干部学院李娌任主编并对本书进行定稿和统稿；辽宁科技大学任成好、重庆三峡职业学院程远清、大连工业大学职业技术学院代玉岩任副主编。
具体分工：李娌撰写第一章、第三章、第四章、第七章、第九章；任成好撰写第二章；程远清撰写第五章；代玉岩撰写第八章；四川工业管理职业学院张勇撰写第六章；吉林省经济管理干部学院王吉凤参与了第九章的审核工作。
在编撰过程中，我们参阅了大量相关材料，也借鉴和引用了国内外专家、学者的最新研究成果和文献资料以及一些网络资料，因时间仓促，未能一一注明，谨致歉意。
在此，对各位作者、专家和学者表示诚挚的感谢！
也欢迎各位作者与我们联系，共同探讨旅行社经营管理课程的教学与研究。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《全国高职高专教育规划教材：旅行社经营管理》是根据2009年颁行的《旅行社条例》及《旅行社条例实施细则》的最新规定，并结合旅行社经营管理的最新研究成果和行业企业最新实践编写而成。

全书共分为九章。

第一章为绪论。

第二章至第五章为旅行社运营的核心业务，即旅行社产品开发、计调业务、组团与接待业务、旅行社市场营销四大板块。

第六章和第七章为后台管理部分，即旅行社团队管理和旅行社质量管理，通过后台支撑更好地为业务板块服务。

第八章是旅行社信息技术管理。

第九章介绍旅行社财务管理。

各章以典型案例为引导，并在章节后设置教学实训项目，以达到教、学、做一体化，具有较强的实用性和可操作性。

《全国高职高专教育规划教材：旅行社经营管理》可作为高职高专院校旅行社经营管理、导游、旅游管理等专业的教学用书，也可作为旅行社企业岗位培训教材及社会从业人士的业务参考书。

书籍目录

第一章绪论 引导案例 第一节旅行社的产生与发展 第二节旅行社的定义、特点、分类及业务范围 第三节旅行社的职能、地位和作用 第四节旅行社的组织结构 第五节我国旅行社的设立 本章小结 案例分析 实训项目 第二章旅行社产品开发 引导案例 第一节旅行社产品的基本理念 第二节旅行社产品设计 第三节旅行社产品设计案例 本章小结 案例分析 实训项目 第三章旅行社计调业务 引导案例 第一节旅行社计调业务流程 第二节旅行社服务采购 第三节发团业务 本章小结 案例分析 实训项目 第四章旅行社组团与接待业务 引导案例 第一节旅行社的组团业务 第二节团体旅游接待管理 第三节散客与商务旅行管理 本章小结 案例分析 实训项目 第五章旅行社营销业务 引导案例 第一节旅行社的市场细分和定位 第二节旅行社产品的价格制定 第三节旅行社产品的销售渠道 第四节旅行社产品的促销 本章小结 案例分析 实训项目 第六章旅行社团队管理 引导案例 第一节旅行社团队意识 第二节旅行社员工的招聘与考评 第三节旅行社企业文化 本章小结 案例分析 实训项目 第七章旅行社质量管理 引导案例 第一节旅行社服务质量及其体系 第二节导游服务质量 第三节旅游投诉及其处理 本章小结 案例分析 实训项目 第八章旅行社信息技术管理 引导案例 第一节旅游信息技术 第二节旅游电子商务 第三节旅行社管理信息系统（MIS） 本章小结 案例分析 实训项目 第九章旅行社财务管理 引导案例 第一节旅行社成本与费用管理 第二节旅行社营业收入与利润的管理 第三节旅行社结算管理 第四节旅行社财务分析 本章小结 案例分析 实训项目 附录旅行社条例 参考文献

章节摘录

版权页： 插图： （资料来源：张洁琪、王京传，《中国旅游报》） （二）我国旅行社应当从西方国家借鉴的经验 介绍西方旅行社产品设计与生产过程的主要目的，是为了更多地引进科学、有效的旅行社产品设计与生产方法，我们可以借鉴以下几点经验。
1.注重市场调研 市场调研的主要目的是了解消费者需求，保证设计出的产品被旅游者认可，具有长久的生命力，注重产品与旅行社的长期利益。
主观判断什么产品旅游者可能需要或跟随大型旅行社推出已经进入生命周期中成熟阶段的产品，是我国旅行社常用的方法。
我们应当学习西方旅行社，注重市场调查和需求趋势预测，树立消费者至上的观念。
2.对产品开发采取审慎态度 如果从旅行社产品设计与生产的时间上看，西方旅行社在推出一个产品时，至少需要1年时间，一旦推出产品后，就要长久地维持下去，并不断经营已有的产品，延长产品生命周期，从长远来看，是一种节省成本的方法。
我国旅行社产品则大多数来得快去得也快，不容易建立自己的品牌，形成特有的风格。
因此，我国旅行社应当从长远出发，做好自己的市场定位，围绕旅行社的发展战略开发新的产品，形成自己的品牌。
3.注重产品种类与深度的开发 我国绝大多数旅行社实力和规模比较小，致使开发新产品的平均成本比较高，价格竞争激烈，产品种类单一，大多数为观光产品，度假产品等没有得到充分开发。
另外，由于旅行社产品科技含量低，容易被抄袭，也使得旅行社产品开发不利，许多旅行社不愿付出大量人力、物力开发新的产品。
实际上，如果我们能够从深层次挖掘旅行社产品的潜力，再加上富有特色的服务，就会增大旅行社产品的差异性和科技含量，使竞争者难以仿冒。
另外，寻找新的产品开发途径，找到产品的新的卖点与切入点，永远领先于市场，形成自己的品牌优势，拥有较高的顾客忠诚度，就会使旅行社的产品具有长久的生命力。
第三节旅行社产品设计案例 一、观光旅游产品——呼伦贝尔驰骋草原三日游 游览主要城市或地点：海拉尔、满洲里。

编辑推荐

《全国高职高专教育规划教材:旅行社经营管理》可作为高职高专院校旅行社经营管理、导游、旅游管理等专业的教学用书，也可作为旅行社企业岗位培训教材及社会从业人士的业务参考书。

第一图书网, tushu007.com

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