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：9787561131282

10位ISBN编号：7561131283

出版时间：2006-4

出版时间：大连理工大学出版社

作者：齐洪利，孙文学 主编

页数：221

字数：320000

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

我们已经进入了一个新的充满机遇与挑战的时代，我们已经跨入了21世纪的门槛。
20世纪与21世纪之交的中国，高等教育体制正经历着一场缓慢而深刻的革命。
我们正在对传统的普通高等教育的培养目标与社会发展的现实需要不相适应的现状作历史性的反思与变革的尝试。
20世纪最后的几年里，高等职业教育的迅速崛起，是影响高等教育体制变革的一件大事。
在短短的几年时间里，普通中专教育、普通高专教育全面转轨，以高等职业教育为主导的各种形式的培养应用型人才的教育发展到与普通高等教育等量齐观的地步，其来势之迅猛，发人深思。
无论是正在缓慢变革着的普通高等教育，还是迅速推进着的培养应用型人才的高职教育，都向我们提出了一个同样的严肃问题：中国的高等教育为谁服务，是为教育发展自身，还是为包括教育在内的大千社会？
答案肯定而且惟一，那就是教育也置身其中的现实社会。
由此又引发出高等教育的目的问题。
既然教育必须服务于社会，它就必须按照不同领域的社会需要来完成自己的教育过程。
换言之，教育资源必须按照社会划分的各个专业（行业）领域（岗位群）的需要实施配置，这就是我们长期以来明乎其理而疏于力行的学以致用问题，这就是我们长期以来未能给予足够关注的教育目的问题。
如所周知.整个社会由其发展所需要的不同部门构成，包括公共管理部门如国家机构、基础建设部门如教育研究机构和各种实业部门如工业部门、商业部门，等等。
每一个部门又可作更为具体的划分，直至同它所需要的各种专门人才相对应。
教育如果不能按照实际需要完成各种专门人才培养的目标，就不能很好地完成社会分工所赋予它的使命，而教育作为社会分工的一种独立存在就应受到质疑（在市场经济条件下尤其如此）。
可以断言，按照社会的各种不同需要培养各种直接有用人才，是教育体制变革的终极目的。

内容概要

本教材对传统教材进行了大胆的改革与创新，力争达到精讲理论、注重实践、贴近实际的目的，充分体现够用、实用、管用的原则。
此外，本教材还积极吸纳了国内外旅行社经营管理实践中的最新成果和成功案例，努力做到与时俱进。
本教材适用于高职旅游专业两年制和三年制教学需要，也可作为旅游专业的培训教材。
本教材共分九章，分别是：旅行社概述，旅行社产品开发，旅行社计调业务，旅行社组团与接待业务，旅行社营销业务，旅行社质量管理，旅行社团队与员工管理，旅行社信息管理，旅行社财务管理。

书籍目录

第一章　旅行社概述　　第一节　旅行社的性质和职能　　第二节　旅行社的基本业务　　第三节　旅行社的分工体系与分类制度　　第四节　旅行社的设立及组织机构　　第五节　我国旅行社业的发展趋势　第二章　旅行社产品开发　　第一节　旅行社产品的内涵与形态　　第二节　影响旅行社产品开发的因素　　第三节　旅行社产品开发的基本原则　　第四节　旅行社产品开发的过程　　第五节　旅行社产品品牌化及产权保护　第三章　旅行社计调业务　　第一节　旅行社计调业务流程　第二节　旅游服务采购　　第三节　旅行社的票务业务　第四章　旅行社组团与接待业务　第一节　旅行社的组团业务　　第二节　旅行社的接待业务　　第三节　旅行社接待业务中特殊问题的处理第五章　旅行社营销业务　第一节　旅行社的市场细分与市场定位　　第二节　旅行社产品的定价　第三节　旅行社产品的销售渠道　　第四节　旅行社产品促销　第六章　旅行社质量管理　　第一节　旅行社的质量及其衡量方法　　第二节　旅行社质量管理的实施　　第三节　旅行社质量管理的基本方法　　第四节　IS09000与旅行社的质量管理　第七章　旅行社团队与员工管理　　第一节　团队意识　　第二节　旅行社员工的人本化管理　　第三节　旅行社员工的选聘与培训　　第四节　旅行社员工的绩效考评　　第五节　旅行社员工的报酬与激励　　第六节　人力资源管理表格范例　第八章　旅行社信息管理　　第一节　旅行社信息系统与信息开发　　第二节　自动化信息管理系统与旅行社管理第九章　旅行社财务管理　　第一节　旅行社资产管理　　第二节　旅行社成本与费用管理　　第三节　旅行社营业收入与利润管理　　第四节　旅行社结算管理　　第五节　旅行社财务分析　参考文献

章节摘录

插图：（二）日本在日本，人们习惯上称旅行社为旅行业。
日本《旅行业法》规定：旅行业是指收取报酬经营下列事业之一者（专门提供运输服务者除外）：1.为旅客提供运输（交通）或住宿服务，代理签约、媒介或介绍的行为；2.代理提供运输（交通）或住宿业务的服务业与旅客签约，提供服务或者从事媒介的行为；3.利用他人经营的运输（交通）机构或者住宿设备，为旅客提供运输（交通）或者住宿服务的行为；4.附随于第一款至第三款行为，为旅客提供运输（交通）及住宿以外的与旅行有关的服务，代理签约、媒介或者介绍的行为；5.附随于第一款至第三款的行为，代理提供运输（交通）和住宿以外有关服务业，为旅客提供服务而代理签约或者媒介的行为；6.附随于第一款至第三款的行为，引导旅客，代办申领护照及其他手续，以及其他为旅客提供服务的行为；7.有关旅行一切事项的咨询行为；8.对于第一款至第六款所列的行为代理签约的行为。
（三）我国对旅行社性质的界定1996年10月国务院颁布的《旅行社管理条例》规定：“ 旅行社是指以营利为目的，从事旅游业务的企业。
”因此，我们可以对旅行社做出如下的界定：旅行社是沟通旅游产品生产者与消费者的重要流通环节，是通过提供中间商服务获取利益的企业。
此概念包含了以下三层含义：1.旅行社应是经过旅游行政管理部门审批设立的世界上绝大多数国家的法律、法规都规定，经营旅行社必须通过旅游行政管理部门（或相关行业管理部门）的审批。

编辑推荐

《旅行社经营管理实务(第2版)》：新世纪高职高专旅游与酒店管理类课程规划教材

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