第一图书网, tushu007.com

<<旅行社经营管理实务>>

图书基本信息

书名：<<旅行社经营管理实务>>

13位ISBN编号：9787802344211

10位ISBN编号：7802344212

出版时间：2009-7

出版时间：中国发展出版社

作者：陈道山 编

页数：369

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

旅行社是旅游产业的三大支柱之一，是现代旅游活动得以大规模开展的重要条件。
伴随我国旅游产业的快速发展，近十年来，我国旅行社业的规模得到了空前发展。
顺应旅行社经营管理实践的开展，旅行社经营管理方面的教育与培训也随之得到发展。
为总结并指导旅行社经营管理实践发展的需要，该方面的教材建设与更新被提上了日程。
本着理论性、实践性和时效性相结合的原则，既注重同旅游业界的接轨，又注重总结我国旅行社业实践发展的经验教训以及存在的新情况、新问题，我们编写了本教材。
作为高职高专旅游管理专业的核心教材之一，本教材的编写内容紧扣“教育部16号文”的相关要求，以“理论够用为度，突出技能训练”为宗旨，以培养真正的“应用型”旅游人才为目标，遵循“从实际出发、学以致用”的基本原则，凸显教材内容的实用性和前瞻性。
本书力求突破传统教材的编写模式，更加突出学以致用的知识与技能体系。
以实用性为基础，以项目为导向，以任务为驱动，以案例教学为特色，突出实践教学环节，并通过大量的案例分析和实践技能操作训练窗口等内容，着力培养学生独立分析问题、解决问题的能力，确保培养内容与就业市场的需求达到无缝对接。
本教材是各相关高校倾力合作与集体智慧的结晶。
全书共分三大模块、十二个项目、四十个任务，在内容上基本囊括了当前旅行社经营管理实务中的基本知识、基本理论和基本操作技能。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本书力求突破传统教材的编写模式，更加突出学以致用的知识与技能体系，从旅行社的基础知识、经营管理基础、我国旅行社行业发展趋势展望、旅行社的产品设计与开发、采购业务、产品营销、接待业务、计调业务、财务管理、人力资源管理、质量管理和信息管理等方面展开全面论述。

本教材既可作为高职高专院校旅游管理类各专业的学生用书，也可作为旅行社岗位培训和旅游从业人员的职业资格考试培训教材。

<<旅行社经营管理实务>>

书籍目录

导论【基础模块】　项目一　旅行社基础知识　任务一　了解旅行社的产生与发展　任务二　理解旅行社的性质与特点　任务三　掌握旅行社的职能与业务　任务四　熟悉旅行社的类型与组织机构　任务五　如何设立旅行社　任务六　了解旅行社行业组织　项目二　旅行社经营管理基础　任务一　了解管理的基础知识　任务二　掌握科学的管理观　任务三 明确旅游职业经理人的素养　项目三　我国旅行社行业发展趋势展望　任务一　了解当前我国旅行社行业的发展现状　任务二　理解新形势下我国旅行社行业的发展趋势【实务模块】　项目四　旅行社产品设计与开发　任务一　理解旅行社产品的概念与特点　任务二 了解旅行社产品的构成及类型　任务三　如何设计与开发旅行社产品　项目五　旅行社采购业务　任务一　了解旅行社采购的基础知识　任务二　掌握旅行社采购类别和方法　任务三　旅行社采购业务实操　项目六　旅行社产品营销　任务一　理解旅行社的市场细分、选择与定位　任务二　旅行社产品如何定价　任务三　旅行社产品如何促销　任务四　掌握旅行社产品的销售渠道和策略　项目七　旅行社接待业务　任务一　理解旅行社接待业务的性质和特点　任务二　如何管理旅行社接待人员　任务三　旅行社接待过程怎样管理　任务四　如何开展旅行社接待业务　项目八　旅行社计调业务　任务一　了解计调业务的基本内容　任务二　掌握计调业务工作流程　任务三　计调业务实操【支撑模块】　项目九　旅行社财务管理　任务一　什么是旅行社财务管理　任务二　如何进行旅行社资产管理　任务三　怎样进行旅行社成本费用管理　任务四 如何进行旅行社营业收入与利润管理　任务五　掌握旅行社结算管理　任务六　懂得旅行社财务分析　项目十　旅行社人力资源管理　任务一 了解旅行社人力资源管理的基础知识　任务二　如何进行旅行社人力资源管理　任务三　理解旅行社人力资源激励机制　项目十一　旅行社质量管理　任务一　什么是旅行社质量管理　任务二　如何处理旅游投诉　任务三　怎样处理旅游事故　项目十二　旅行社信息管理　任务一 了解信息技术在旅行社中的应用　任务二　掌握旅行社管理信息系统　任务三　掌握旅行社电子商务附录一附录二参考文献

章节摘录

插图：3.创新原则旅游者的观念和追求多种多样，只有不断地推陈出新，才能满足旅游者新的欲望。
旅行社要善于捕捉稍纵即逝的机遇和灵感，不断开发富有时代气息的新产品，做到“人无我有，人有我新，人新我特，人特我变”，力争在激烈的竞争中立于不败之地。
此外，由于旅行社产品具有公共性，易被模仿，在开发创新产品时要注意打时间差。
4.布局合理性原则旅行社产品的典型市场形象就是旅游线路，在设计旅游线路时，应慎重选择构成旅游线路的各个旅游点，并对之进行科学的空间优化组合。
尽量避免重复经过同一景点，因为根据满足效应递减规律，重复会影响旅游者的满足程度；科学安排旅游景点间的距离，避免因间距太大引起旅游者旅途疲劳或大量的时间和金钱耗费在旅途中。
简言之，布局合理性原则要求旅游景点的空间组合尽量不重复、间距小、顺序科学、特色配置灵活。
5.多样化原则多样化原则要求旅行社在设计产品时从多个角度，时时处处丰富产品的类型层次。
旅行社产品一般应突出某个主题，并且要对不同性质的旅游团确定不同的主题，如“草原风光旅游”、“中国名酒考察旅游”、“宗教朝拜旅游”等，都有各自鲜明的主题。
同时旅行社还应围绕主题安排丰富多彩的旅游项目，让旅游者体验到各种不同的经历，从不同的侧面了解旅游目的地的文化和生活，满足具有不同旅游偏好的细分客源市场需求。
在同一旅行社产品的生产过程中，力求形成一个高潮，强化旅游者兴奋点的产生，以达到宣传促销、吸引旅游者的目的。
旅游活动内容切忌重复，尤其在历史文化旅游产品的整合上，更应慎重，在展现文化内涵的基础上力求多样化。

编辑推荐

《旅行社经营管理实务》：本套丛书包括《旅游学概论》《旅游资源学》《旅游市场营销》《旅行社经营管理实务》《酒店经营与管理》，它们分别从不同的角度讲述了与旅游行业发展息息相关的知识内容。
本套丛书遵循"从实际出发、学以致用"的基本原则，凸显旅游行业相关知识的实用性和前瞻性，以实用性为基础，以项目为导向，以任务为驱动，以案例教学为特色，突出实践教学环节，并通过大量的案例分析和实践技能操作训练窗口等内容，着力培养学生独立分析问题、解决问题的能力，确保培养内容与就业市场的需求达到无缝对接。

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