第一图书网, tushu007.com

<<旅行社经营与管理>>

图书基本信息

书名：<<旅行社经营与管理>>

13位ISBN编号：9787811346909

10位ISBN编号：7811346907

出版时间：2010-7

出版时间：对外经济贸易大学出版社

作者：徐广卓，姜玉霞 主编

页数：268

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

当今世界，科学技术日新月异，知识经济初见端倪，国力竞争日趋激烈。
针对这一知识化、信息化、全球化的时代特征，世界各国正在酝酿进行一场深刻的教育改革，以培养同时代要求相适应的高素质的劳动者和富有创造性的专业人才。
随着我国市场经济体制的逐步完善和对外开放的不断扩大，我国经济将完全融入世界经济体系之中，而教育水平的高低与经济的发展密切相关。
职业教育作为我国高等教育的全新组成部分，应确立怎样的培养目标来适应时代要求，已成为人们普遍关心的问题。
教育部在关于《面向21世纪教育振兴行动计划》有关问题的回答中，对高职的培养目标是这样定位的：“ 高等职业教育应以培养基层和生产第一线技术应用型人才为办学宗旨，建立以基本素质和技术应用能力培养为主线的教学体系……专业课应加强针对性和实用性，实践教学要以培养学生专业应用能力为主……时间可占总课时数的1／3以上，至多可达50%…… ”可见，高等职业教育的培养目标，主要强调能力的培养和技术的应用，它要求我们的教育能够不断造就基本功扎实、操作能力强，又具有丰富知识和较高技能的复合型、实用型人才。
教材作为“ 整个教育系统的软件 ”，它不仅反映着社会发展的要求，同时在某种程度上还直接决定着受教育者的培养质量，因而，世界各国都非常注重教材的开发和建设。
但目前，我国职业教育教学和管理模式受传统教育思想和教育模式的影响较深，以能力为本位的教育观念还未能在教学领域完全形成，课程改革和教材开发还远远满足不了形势发展对高职教育的要求。
因此，要适应21世纪知识经济时代发展和我国现代化建设的要求，高等职业教育必须加快课程体系改革和教材建设的步伐，建立符合时代特征和具有我国特色的职业教育新思想、新模式、新课程体系。
有鉴于此，对外经济贸易大学出版社为适应教育发展的新形势，并努力推动高职高专院校的教材建设，委托我们组织全国职业院校的教师及具有企业工作经验的业务骨干，编写这套21世纪高职高专新概念（财经类）系列教材。
本系列教材暂包括国际贸易、会计、市场营销、经贸英语、旅游管理、物流管理、电子商务等9大专业以及基础科目90门课程。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

本教材是根据我国职业教育发展的特点和教学的需要而编写的。
我们认为，高等职业教育是一种就业教育，它应强调理论的应用性和人才培养的实战性。
基于这种认识，在教材的编写中，我们在突出旅行社经营管理的基本知识和基本方法的基础上，更强调基础理论应用方法和实战性教学。
　本教材编写者大多都是高等职业教育第一线的教师，他们在实践教学中，从不同的角度积累了一定的经验，并力求在这部教材中得到系统的反映。
　当然，本教材还不敢说达到了高等职业教育教学改革的要求，但我们正努力探索对传统教材的内容和方法进行改革，希望本教材能起到抛砖引玉的作用。
　本教材主要适用于高等职业教育旅游管理专业的学生，也可作为其他类型旅游专业大专生的教学用书及旅游做作业人员的基础培训教材。

书籍目录

上篇 旅行社概论 第一章 旅行社概述　学习目标　重点难点　第一节 旅行社的产生与发展　第二节 旅行社的性质与职能　第三节 旅行社的经营管理理念　第四节 旅行社的地位和作用　个案分析　关键名词　讨论与思考 第二章 旅行社的分类与设立　学习目标　重点难点　第一节 旅行社的分工体系和分类制度　第二节 旅行社的设立　个案分析　关键名词　讨论与思考 第三章 旅行社的制度环境　学习目标　重点难点　第一节 旅行社业的立法体系　第二节 旅行社行政管理体制　第三节 旅行社行业组织　个案分析　关键名词　讨论与思考中篇 旅行社基本业务 第四章 旅行社产品的开发与设计　学习目标　重点难点　第一节 旅行社产品的类型　第二节 客源市场的调查与预测　第三节 现有产品的筛选　第四节 旅行社产品的开发设计　个案分析　关键名词　讨论与思考 第五章 旅行社的营销管理　学习目标　重点难点　第一节 旅行社产品的设计管理　第二节 旅行社的价格管理　第三节 旅行社的销售管理　第四节 旅行社的促销管理　个案分析　关键名词　讨论与思考 第六章 旅行社的发团管理　学习目标　重点难点　第一节 旅行社发团管理概述　第二节 接团旅行社的选择方法　第三节 接团社应具备的条件　第四节 旅行社发团作业流程　第五节 旅行社社发团管理应注意的有关事项　个案分析　关键名词　讨论与思考 第七章 旅游投诉与旅游事故的处理 第八章 旅行社的接团管理 第九章 旅行社人团资源管理 第十章 旅行社财务管理 第十一章 旅行社广告管理下篇 旅行社战略管理 第十二章 旅行社授权管理 第十三章 旅行社企业文化 第十四章 旅行社计划管理 第十五章 旅行社质量管理 第十六章 旅行社的发展趋势 第十七章 技能训练 参考文献

章节摘录

插图：（3）制定预测模式。
通过分析国内旅游资料和数据，作出初步判断，提出各种假设，制定预测模式。
这是搞好预测工作的关键。
（4）选定预测方法。
根据国内旅游市场预测目的和预测模式，选取合适的预测方法。
（5）评价预测结果，修订预测数值。
国内旅游市场预测的结果虽然难于完全准确，但应力求接近实际。
如果误差很大就失去了预测的意义，甚至会导致相反的效果。
应通过评价预测结果，分析误差程度和产生的原因，采取必要措施或充实预测模式，适当修正预测数值，使国内旅游市场预测在实践中最大可能地接近实际。
2.预测的方法选择合适的预测方法，对于客源市场预测结果的准确性有着直接的影响。
每种预测方法都有其特定的用途和自身局限性，因此，应根据预测的目的和所掌握的资料、数据情况，选择不同的方法。
客源市场预测方法大致可分为两大类，即定性预测法和定量预测法。
这两种预测方法不是分开的，在运用中往往是互相验证、互相补充的。
现简要介绍如下：（1）定性预测法，又称定性分析法。
它包括经验判断法、综合调查法、集合意见法、会议法、专家调查法等几种。
①经验判断法。
这主要是凭经验和直觉来判断旅游市场动向。
这种方法简便易行，在没有掌握充分资料或数据的情况下，一般采用此方法。
但这种预测方法往往受形势和判断者情绪的影响，容易产生过于乐观或趋于保守的判断，因此要求判断者具有冷静思考问题的素质、较丰富的经验知识、业务水平以及分析能力等，不能凭主观想象进行判断。
②综合调查法。
即根据旅游经营实际所得的资料，经过整理、分析、综合，然后对国内旅游市场发展趋势作出判断。
这种方法是前种方法的补充。
③会议法。
这种方法是将有关国内旅游业务、导游人员等召集起来座谈，交换意见，集思广益，然后对客源市场的发展趋势提出比较一致的看法。
这种方法的好处是能互相启发，互为补充，简便易行，它对于成立不久、缺少历史资料或预测经验的旅行社是一种可行的办法。
④集合意见法。
这种方法是把测验的课题直接向旅游有关销售人员提出来，征求他们的意见，再把各种意见加以整理、归纳、分析，作出判断。
整理归纳意见时，一般采用统计中的众数法，以较集中的意见为准。
也可归纳出几种不同意见，对少数人或个别人的意见也不能忽视。
最后采取哪种意见，还得看旅行社决策者的知识、经验和业务水平。
⑤专家调查法。
它是根据具有专门知识的人的直接经验，对研究的问题如客源市场，进行判断预测的一种方法。
它主要分为五个步骤：第一步：由专家组成预测委员会负责拟订调查征询提纲。
第二步：按问题类别，如旅游客源流向、消费档次、发展速度等，设立专业小组，以不记名方式让每个专家或专家小组进行独立预测并作简要说明。
第三步：把各专家或专家小组单独预测的意见和说明，汇编成材料，再分发给各专家重新考虑。
如果第一次个人意见与综合意见有出入，则需要再作一次回答并说明理由。
第四步，将第二次征询意见汇总。

这时分散意见已减少，问题也比较集中了。
第五步，根据上述步骤进行反复汇总、征询、集中、筛选，最后形成一种有代表性的统一看法。

编辑推荐

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