

<<旅行社管理>>

图书基本信息

书名：<<旅行社管理>>

13位ISBN编号：9787030161369

10位ISBN编号：703016136X

出版时间：2005-1

出版时间：科学出版社

作者：方增福

页数：261

字数：329000

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>

## &lt;&lt;旅行社管理&gt;&gt;

## 前言

旅行社是旅游业的三大支柱之一。

中国加入WTO（世界贸易组织）以来，国内外旅行社业的竞争日益加剧。

国外旅行社的进入，以及网络化等诸多因素的变化，使旅行业出现了许多新的特点：一方面使旅行业面临更多的挑战和机会，旅行社的业务变得多样化；另一方面，学术界对旅行社业的研究有了更广泛的空间和视野，同时，对于旅游管理及相关专业的学生来说，有了更丰富和多变的学习内容。

本书是为旅游管理本科专业及相关专业的学生提供一本内容较新的教材，同时本书也适合广大的旅行社管理者及从业人员阅读参考。

本书有以下几个特点：一是理论与实践相结合，在培养学生掌握基础理论的同时，注重学生能力的培养；二是在每章开篇部分，为学生提供了学习目的、学习重点、学习难点、主要内容等条目，便于学生学习和理解；三是提供一些真实案例，让学生通过案例加深对学习内容的理解。

本书的主编及参编人员大都具有旅行社经营管理的从业经验，又长期从事高校旅游管理的教学和科研工作，使得本书充分体现了理论和实践的结合。

编写工作的具体分工是：方增福编写了第1章、第9章，夏传辉编写了第2章，郑祥编写了第3章，许明杰编写了第4章，姜芹春编写了第5章，马谊妮编写了第6章，方增福、吴晓颖编写了第7章，叶宏编写了第8章，郭晓宇编写了第8章的“案例分析”，赵希勇编写了第10章、第11章，李海蓉编写了第12章。

方增福提出编写提纲并组织教师编写，对所有章节进行修改或提出修改意见。

最后完成全部书稿的统稿和定稿工作。

在本书的编写过程中，作者参考了许多前辈和同行的研究成果，并在参考文献中——列出；参考了笔者在北京大学旅游研究与规划中心访学时参与编写的《旅游业危机管理》一书中的部分内容，因为此书尚未出版，在此特别说明，并借此感谢我的导师吴必虎先生以及中心的各位学友。

许多旅行社的朋友对作者的科研及教材的编写工作给予了很大帮助，这里尤其要感谢的是作者曾担任其总经理的云南省玉溪红塔旅行社有限公司的现任总经理林林以及公司的各位同仁。

另外，玉溪师范学院旅游与经济管理系的同仁和编者们对我有很大支持和帮助，我深表谢意。

我的学生苏志芬和施金娇在本书的资料搜集及校对等方面做了大量工作，在此一并致谢。

最后，感谢我的妻子和女儿，没有她们的理解和支持，我无法完成本书的编写。

由于作者才疏学浅，本书难免存在不足之处，恳请广大读者不吝赐教。

## <<旅行社管理>>

### 内容概要

本书是基于作者多年的旅行社经营管理经验和教学实践心得，并结合我国的旅行社发展趋势写成的。书中以旅行社的基本业务为线索，阐述了旅行社经营管理的理论与实践，内容涉及旅行社各主要业务的运作以及旅行社的经营管理之道；注重把握我国旅行社经营管理的发展脉络，为我国旅行社的发展提供了一些新思路；通过大量的信息与丰富的案例，使读者及时把握旅行社经营管理的最新动态。

本书可作为高等院校旅游管理专业及相关专业教材，也可作为旅游职业教育、自学考试以及从事旅游经济、管理研究和实际工作人员的教材或参考书。

<<旅行社管理>>

书籍目录

第1章 绪论 1.1 旅行社的概念和分类 1.2 旅行社的产生和发展 1.3 旅行社的职能和业务 案例分析 思考与练习题第2章 旅行社组织结构 2.1 旅行社的设立 2.2 旅行社组织结构设计 2.3 旅行社行业组织 案例分析 思考与练习题第3章 旅行社产品开发 3.1 旅行社产品的概念与特征 3.2 旅行社产品的形态 3.3 旅游线路设计 案例分析 思考与练习题第4章 旅行社营销管理 4.1 旅行社目标市场选择 4.2 旅行社营销渠道管理 4.3 旅行社产品销售价格管理 4.4 旅行社产品的促销管理 案例分析 思考与练习题第5章 旅行社采购管理 5.1 概述 5.2 旅行社协作网络与旅游务采购 5.3 旅行社旅游服务采购管理 案例分析 思考与练习题第6章 旅行社接待管理 6.1 旅行社接待工作的特点 6.2 旅行社接待人员管理 6.3 旅行社接待过程管理 6.4 旅行社的售后服务 案例分析 思考与练习题第7章 旅行社发团管理.....第8章 旅行社财务管理第9章 旅行社危机管理第10章 旅行社网络化经营第11章 我国旅行社经营战略第12章 旅行社业发展趋势附录主要参考文献

章节摘录

插图：2) 加强加入旅行社行业协会的成员之间的信息交流，情感沟通，定期制作、发布行业信息，统计分析资料。

3) 调研市场，总结交流旅行社的工作经验，开展与旅行社行业相关的调研，为旅行社行业的发展提出积极并切实可行的建议。

4) 组织协会成员开展联合促销活动、联合培训活动、联谊活动等。

旅行社行业协会在为协会成员提供服务的同时，还具有对协会成员的管理功能。

制订行规行约，发挥行业自律作用，督促会员单位提高经营管理水平和接待服务质量，维护旅游行业的市场经营秩序；加强会员之间的交流与合作，组织开展各项培训、学习、研讨、交流和考察等活动；加强与行业内外的有关组织、社团的联系、协调与合作；开展与海外旅行社协会及相关行业组织之间的交流与合作；编印会刊和信息资料，为会员提供信息服务。

旅行社行业协会已成为旅行社企业在市场竞争中站稳脚跟、赢得市场、做大做强的必然选择，它既是企业走向市场的向导，也是企业权益和社会经济秩序的维护者。

<<旅行社管理>>

编辑推荐

《旅行社管理》由科学出版社出版。

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>