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：9787030225900

10位ISBN编号：7030225902

出版时间：2008-9

出版时间：科学出版社

作者：张君升，张宝星 编

页数：196

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

旅游行业是一个由有着共同利益或彼此互惠的企业组成的产业群体，而旅行社则是旅游活动的组织者，它与旅游饭店和旅游交通部门并称为旅游业的三大支柱。

自世界第一家旅行社创办至今，世界旅行社的发展已有一个半世纪的历史。

而在我国，旅行社的大规模发展始于20世纪80年代末期，我国的旅游业起步虽然晚，但发展的速度很快，2007年，我国继续保持全球第四大入境旅游接待国、亚洲最大出境旅游客源国的地位，有旅行社19000家、星级饭店14000家，直接从业人员达1100万。

随着我国加入WTO，旅游业将会进入一个崭新的发展阶段，而旅行社行业亦将成为受加入WTO后影响最大的一个领域。

如何面对外资旅行社的竞争，如何调整我国本土旅行社的经营战略才能在瞬息万变的市场当中稳步发展，是越来越多的旅行社经营者需要面对及考虑的问题。

为了推进我国旅行社的现代化管理水平，为了培养旅行社经营管理人才，我们根据多年来从事管理、教学和实践的经验，同时吸收国内外的研究成果，编写成本书。

本书在强调旅行社经营管理实践性的同时，重视对旅行社经营管理理论系统的建立，以利于提高学习者的理论素养，增强管理人员的创造性思维能力，切实提高旅行社经营管理能力。

本书以旅行社概述为起点，以旅行社发展趋势为终点，重点介绍了我国旅行社的设立、产品的开发与设计管理、市场销售管理、协作网络建设管理、接待管理、服务质量管理、人力资源管理、财务管理、风险与危机管理等内容。

此外，本书重应用与实践，突出了适应性与技能性，并加入了实际案例进行分析说明，做到了“深浅结合”。

本书由陕西省旅游学校的副校长张君升和西安市旅游职业中专的高级讲师张宝星负责基本框架与大纲的设计以及后期稿件统纂工作。

参加本书具体编写的人员分工如下：张君升负责编写第一章，张宝星负责编写第二、第八章，无锡旅游商贸职业学校的刘琴负责编写第三章，陕西省旅游学校的张均汝负责编写第四章，镇江市旅游学校的吴玮负责编写第五章，无锡旅游商贸职业学校的蒋红负责编写第六章，长安大学的席岳婷负责编写第七章，陕西省旅游学校的王殉负责编写第九章，无锡旅游商贸职业学校的顾跃峰负责编写第十章，无锡旅游商贸职业学校的杨慧芳负责编写第十一章。

由于编者水平和编写时间所限，不妥之处在所难免，诚请广大读者批评指正，以便今后修订和完善。

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《中等职业教育“十一五”规划教材·中职中专旅游类教材系列：旅行社经营管理》共分11章，主要包括旅行社的概论、设立、产品开发设计管理、市场营销管理、协作网络建设管理、接待管理、服务质量管理、人力资源管理、财务管理、风险与危机管理，以及旅行社的发展趋势等。

《中等职业教育“十一五”规划教材·中职中专旅游类教材系列：旅行社经营管理》适合作为中等职业院校旅游及相关专业的教材，也可供相关从业人员参考。

书籍目录

前言第一章 旅行社概论第一节 旅行社的产生和发展一、外国旅行社的产生和发展二、中国旅行社的产生和发展第二节 旅行社的性质与职能一、旅行社的性质二、旅行社的职能第三节 旅行社的业务一、产品的设计与开发二、旅游服务采购三、产品销售四、旅游接待第四节 旅行社的地位与作用一、旅行社的地位二、旅行社的作用案例思考与练习第二章 旅行社的设立第一节 旅行社设立的条件一、设立旅行社的营业场所条件二、设立旅行社的经营设施条件三、设立旅行社的经营管理人员条件四、设立旅行社的资金条件厂注册资本和质量保证金五、设立旅行社的其他条件第二节 旅行社设立的基本程序一、申请营业许可证二、办理工商注册登记三、办理税务登记第三节 旅行社的变更与歇业一、变更经营范围二、建立分支机构三、其他变更事项四、旅行社的歇业第四节 旅行社的组织结构与组织管理一、旅行社的组织结构二、旅行社的组织管理第五节 旅行社的行业组织一、旅行社行业组织的概念及特征二、旅行社行业组织的结构形式三、旅行社的国际性旅游组织案例思考与练习第三章 旅行社的产品开发设计管理第一节 旅行社产品的构成及特点一、旅行社产品的内涵二、旅行社产品的构成三、旅行社产品的特点第二节 旅行社产品的开发与设计一、旅游线路类型二、旅行社产品设计的原则三、产品生命周期第三节 旅行社产品的定价一、旅行社产品价格制定的原则二、旅行社经营的目标和价格制定的目标三、定价策略的选择四、新旅游产品的定价策略五、旅行社产品定价的方法第四节 旅行社产品的质量要求一、旅行社产品的物质质量要求二、旅行社产品的总体服务要求三、旅行社产品的个性服务要求四、旅行社产品的销售服务要求五、旅行社产品的人员素质要求案例思考与练习第四章 旅行社的市场销售管理第一节 旅行社的主要销售渠道一、旅行社产品的直接销售二、旅行社产品的间接销售第二节 旅行社的主要销售手段一、媒体广告二、直接营销三、销售推广四、营销公关五、现场传播六、品牌策略七、联合促销第三节 旅行社销售业务的基本程序一、制订旅行社未来发展的目标计划二、确定与计划相应的销售目标及市场三、针对旅游产品及市场确定销售方式四、销售预算五、具体销售流程六、售后服务第四节 旅行社产品销售中的法律义务一、旅行社产品销售中的权利二、旅行社产品销售中的义务案例思考与练习第五章 旅行社的协作网络建设管理第一节 旅行社协作网络的构成第二节 旅行社协作网络的建立一、与交通部门的合作二、与住宿部门的合作三、与餐饮部门的合作四、与参观游览部门的合作五、与购物商店的合作六、与娱乐部门的合作七、与保险公司的合作八、与相关旅行社的合作第三节 旅行社协作网络的维护与变更案例思考与练习第六章 旅行社的接待管理第一节 旅行社接待的性质与特点一、旅行社接待工作概述二、旅行社接待的性质三、旅行社接待的特点第二节 旅行社接待业务的标准与程序一、旅行社接待业务的标准化二、旅行社接待业务的程序化第三节 旅行社团队与散客的接待管理一、旅行社团队接待管理二、旅行社散客接待管理第四节 旅游接待中常见问题的处理一、漏接、空接、错接的处理二、旅游活动计划和日程变更的处理三、误机（车、船）事故的处理四、旅游者行李遗失的处理第五节 旅游安全事故的处理一、交通事故的处理和预防二、治安事故的处理和预防三、食物中毒事故的处理和预防四、火灾事故的处理和预防五、其他旅游安全事故的处理案例思考与练习第七章 旅行社的服务质量管理第一节 旅行社服务质量标准及其评估一、旅行社服务质量的内涵二、旅行社服务质量的标准第二节 旅行社服务质量体系一、旅行社服务质量体系建立二、服务质量管理体系在旅行社中的实际运用三、旅行社服务质量体系认证第三节 旅行社全面服务质量管理案例思考与练习第八章 旅行社的人力资源管理第一节 旅行社人力资源管理概述一、旅行社人力资源管理的概念二、旅行社人力资源管理的意义三、旅行社人力资源管理的主要特点第二节 旅行社人力资源的配置与选聘一、旅行社员工的配置二、旅行社员工的选聘三、旅行社岗位的培训第三节 旅行社绩效的考评一、旅行社绩效考评的概念二、旅行社绩效考评的原则三、旅行社绩效考评的类型与内容四、旅行社绩效考评的方法第四节 旅行社收入分配管理一、旅行社员工收入分配的原则二、旅行社员工薪酬的构成案例思考与练习第九章 旅行社的财务管理第一节 旅行社的资产管理一、旅行社流动资产的管理二、旅行社固定资产的管理第二节 旅行社的成本费用管理一、成本费用分析二、成本费用核算三、成本费用的控制第三节 旅行社收入与利润的管理一、营业收入管理二、利润分析与管理第四节 旅行社的结算管理一、旅行社正常情况的结算业务二、特殊情况的结算业务三、付款方式第五节 旅行社的财务分析一、财务报表二、财务分析案例思考与练习第十章 旅行社的风险与危机管理第一节 旅行社的风险与危机管理的意义一、旅行社风险管理的基本概念二、旅行社危机管理的概念和

意义第二节 旅行社危机管理的表现形式第三节 旅行社危机管理的原则与措施一、旅行社处理危机的原则二、旅行社处理危机的措施第四节 旅行社危机管理的处理策略和方法一、重大危机发生时的紧急应对管理二、重大危机处理时的沟通管理三、危机的善后管理案例思考与练习第十一章 旅行社的发展趋势第一节 中国加入WTO对旅行社业的影响一、加入WTO对我国旅行社业的积极意义二、加入WTO对我国旅行社业的挑战三、我国旅行社业应当采取的对策第二节 旅行社业务的多元化与规模化经营第三节 旅行社产品的创新及品牌产品的打造一、旅行社产品创新的重要性二、旅行社产品及其创新的含义三、旅行社如何进行产品创新四、旅行社产品的品牌化第四节 信息技术对旅行社业务的影响一、信息技术在旅行社业务中的应用现状二、信息革命将对旅行社发展产生巨大冲击三、旅行社发展应采取的对策案例思考与练习参考文献

章节摘录

第一章　旅行社概论　　第二节　旅行社的性质与职能　　一、旅行社的性质　　旅行社是为人们旅行提供服务的专门机构，在不同的国家及地区对它的解释也各不相同。
在欧美地区，旅行社只是简单地被分为旅游经营商（tour operator）和旅游代理商（travel agent）。
旅游经营商也叫旅游批发商，主要从事组织和批发包价旅游业务。
他们与饭店、交运输部门、旅游景点及包价旅游所涉及的其他部门签订协议，预先购买这些服务项目，并根据消费者的不同要求将其组装成包价旅游产品，由自己下属的销售处或旅游代理商将产品销售给团体或个体消费者。
其产品利润主要来自于佣金和各项服务成本基础上的加价。
旅游代理商亦称旅游零售商，是旅游经营商与消费者之间的纽带，它向公众提供有关旅行、住宿、交通等方面信息，并接受旅游经营商的委托向消费者出售旅游产品及接待服务。
旅游经营商按售出旅游产品总金额的比例向代理商支付佣金。
在日本，人们习惯上称旅行社为旅行业。
日本的《旅行业法》将其国内的旅行社划分为一般旅行业、国内旅行业、旅行业代理店。
它规定了：旅行业是指收取报酬经营的事业，其经营的范围主要包括为旅客提供运输、住宿服务、代理签证、媒介或介绍等行为。
至于我国，则在1996年国务院颁布的《旅行社管理条例》中对旅行社的性质作出了明确的规定：旅行社是指以营利为目的的，从事旅游事业的企业。
同时《旅行社管理条例》也对旅游业务的含义作出了明确的规定：旅游业务是指为旅游者代办出、入境和签证手续，招徕、接待旅游者旅游，为旅游者安排食宿等有偿服务的经营活动。
从《旅行社管理条例》的有关规定中我们可以总结出：尽管国家和地区对旅行社的性质有不尽相同的规定，但其中都包含了以下两个共同特征：　　1）以营利为目的决定了旅行社的企业性质。
2）提供与旅行游览有关的服务是旅行社的主要职能。
……

编辑推荐

《旅行社经营管理》适合作为中等职业院校旅游及相关专业的教材，也可供相关从业人员参考。
《旅行社经营管理》由陕西省旅游学校的副校长张君升和西安市旅游职业中专的高级讲师张宝星负责基本框架与大纲的设计以及后期稿件统纂工作。
参加《旅行社经营管理》具体编写的人员分工如下：张君升负责编写第一章，张宝星负责编写第二、第八章，无锡旅游商贸职业学校的刘琴负责编写第三章，陕西省旅游学校的张均汝负责编写第四章，镇江市旅游学校的吴玮负责编写第五章，无锡旅游商贸职业学校的蒋红负责编写第六章，长安大学的席岳婷负责编写第七章，陕西省旅游学校的王殉负责编写第九章，无锡旅游商贸职业学校的顾跃峰负责编写第十章，无锡旅游商贸职业学校的杨慧芳负责编写第十一章。

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