

<<旅行社管理>>

图书基本信息

书名：<<旅行社管理>>

13位ISBN编号：9787040282368

10位ISBN编号：7040282364

出版时间：2010-1

出版时间：高等教育出版社

作者：戴斌，杜江，乔花芳 主编

页数：384

字数：470000

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

近年来,我国旅行社产业运行环境和商业模式都处于剧烈的变革中。

首先,随着国民旅游稳居我国旅游经济运行的绝对主体地位,特别是出境旅游的持续繁荣,使我国已经成为亚洲最大的国际旅游客源国。

在这一背景下,传统旅行社的经营活动中心越来越转向客源的组织 and 产品的开发。

其次,在互联网为代表的技术环境和散客化、自助游的消费环境的共同作用下,大量面向散客市场、以单项旅游产品预订为主的新型业态和商业模式被创新出来。

这些新模式和新业态既对传统的旅行社形成了一定冲击,也在市场范围上扩大旅行服务运营商的服务空间。

最后,在政治经济层面持续推进的改革开放的同时,政府对旅行社产业的行政规制也在不断调整中,总的方向是旅行社的特殊性质趋于淡化,除了出境旅游业务,政府主管部门对旅行社的行政管理更强调其企业共性的一面。

自2002年《旅行社管理》第一版出版以来,2005年做了第一次修订,奉献在各位读者面前的这本教材已经是第三版了。

第三版教材是由戴斌和乔花芳共同主持修订的,中国旅游研究院的李仲广副教授和杨彦锋博士参与了终稿的审阅、修订和定稿工作。

在保持第二版确定的全书框架和教学体系不变的前提下,这一版我们对个别章节进行了重大调整,如第一章旅行社管理导论、第三章旅行社的产品开发、第四章旅行社的营销管理等,以使内容更适合旅游管理专业本科课程学习。

结合如前所述的诸多新变化,特别是国民旅游的蓬勃发展、新版《旅行社条例》颁布实施,我们对全书的相关内容进行了补充和完善,以期旅游管理专业的高等教育能够及时反映产业环境的新变化。

当然,一些反映业界新动态的经营案例和产业数据,也得到了相应的调整。

## <<旅行社管理>>

### 内容概要

本教材是普通高等教育“十一五”国家级规划教材，是高等学校旅游管理专业主干课程教材。

《旅行社管理》(第三版)共11章，主要内容由四个方面构成：一是对旅行社管理的总体认识，包括旅行社管理导论；二是旅行社管理者的知识和观念要求，包括旅行社管理基本理念；三是旅行社管理的基本内容，包括旅行社产品开发、旅行社营销管理、旅行社技术管理、旅行社职能管理、旅行社客户与产业关系管理、旅行社战略管理等内容；四是旅行社管理的宏观背景，包括旅行社管理的制度环境、中外旅行社业比较、我国旅行社行业发展趋势等内容。

与第一、第二版相比，第三版根据教学需要和旅行社业重大变化，增加了一些新观点、新材料。

本教材主要适用于高等院校旅游管理专业的学生，也可作为其他类型旅游专业学生的教学用书及旅游从业人员的专业教材。

## &lt;&lt;旅行社管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第1章 旅行社管理导论 第一节 旅行社的产生与发展 第二节 旅行社的概念、类型与主要业务 第三节 旅行社的设立 第四节 旅行社管理的要素、方法与体系第2章 旅行社管理的基本理念 第一节 旅行社的企业理念 第二节 旅行社的管理理念 第三节 旅行社管理的企业服务观 第四节 旅行社管理的科学定位观 第五节 旅行社管理的创新进步观第3章 旅行社的产品开发 第一节 旅行社产品概述 第二节 旅行社产品开发的设计原则及其影响因素 第三节 旅行社产品开发的过程第4章 旅行社的营销管理 第一节 旅行社的产品管理 第二节 旅行社的价格管理 第三节 旅行社产品的销售渠道管理 第四节 旅行社的促销管理第5章 旅行社的技术管理 第一节 技术管理理论 第二节 信息技术在旅行社业的应用 第三节 旅行社技术管理的原则和过程第6章 旅行社的职能管理 第一节 旅行社的组织管理 第二节 旅行社的人力资源管理 第三节 旅行社的财务管理 第四节 旅行社的风险管理第7章 旅行社的客户与产业关系管理 第一节 旅行社的客户关系管理 第二节 旅行社供应厂商的管理 第三节 旅行社合作厂商的管理 第四节 旅行社竞争厂商的管理第8章 旅行社的战略管理 第一节 战略的基本理论 第二节 旅行社战略管理的实施 第三节 旅行社的集团化与国际化发展战略 第四节 旅行社行业分工体系的变革第9章 旅行社管理的制度环境 第一节 旅行社管理的法律环境 第二节 中央政府的产业规制体系 第三节 地方政府对旅行社业的管理 第四节 行业协会对旅行社的管理第10章 中外旅行社业的发展现状 第一节 我国旅行社业的发展现状 第二节 发达国家旅行社业的演进及其发展战略第11章 我国旅行社业发展的影响因素及其趋势 第一节 影响旅行社业发展的主要因素 第二节 我国旅行社业的发展趋势参考文献后记

## &lt;&lt;旅行社管理&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：4.恢复时期（1945年下半年至今）抗战结束后，政治、经济重心迅速东移，中国旅行社总部于1946年3月由重庆迁回上海，并制定了恢复各沿海据点及开辟东北的计划。由于越来越不适应社会需要，到1954年6月底，中国旅行社亏损累计达新币195万余元，负债已大大超过资产，因而决定申请歇业。

1954年7月14日，中国旅行社接到上海市黄埔区人民政府的通知，准予歇业。

中国旅行社在大陆地区的经营至此结束，并在香港重新注册，其在香港的分社改名为“香港中国旅行社股份有限公司”。

数十年间，中国旅行社的服务范围从国内延伸到海外，分支机构最多时达200余处，并与一些世界著名的旅行代理商建立了合作关系，在国内外享有很高的声誉。

当时，除了中国旅行社之外，还有几家由外国人开办的旅行服务机构，专门为本国公民来华旅行提供服务，但其影响和规模都不及中国旅行社。

中国旅行社自创办之初就一直遵循着五项宗旨：“发扬国光；便利旅行；阐扬名胜；提倡游览；辅助工商、服务社会。

”正是这五项宗旨激励着中国旅行社艰苦创业、勇于开拓，为近代中国的旅游发展谱写出了辉煌壮丽的篇章。

因此，中国旅行社可以称为近代中国旅行社的典型代表。

（三）1949年以来我国旅行社业的发展中华人民共和国成立后，随着我国国际地位和国际威望的不断提高，旅游业有了长足的发展。

我国旅行社业在旅游业的大背景中也快速发展，并相辅相成。

1949年11月，中华人民共和国在厦门成立华侨服务社，即现在“中国旅行社总社”的前身，主要是为华侨回国探亲、访友、参观、旅游提供服务。

1954年，成立了中国国际旅行社总社以及上海、杭州、南京、汉口、广州、沈阳、哈尔滨、安东、大连、满洲里、天津、凭祥、南昌等分社，开始接待苏联和东欧各国的自费旅游者。

1957年，由各地华侨服务社组建成立华侨旅行社总社及其分支机构，并于1974年改名为“中国旅行社”。

## 后记

作为第五届中国饭店集团化论坛暨第三届中国饭店管理公司联席会议的承办方，湖南华天酒店送给与会嘉宾的礼物是两件中国红瓷。

与书斋背景中温润古典的青花瓷不同，红瓷则从广袤而深邃的田野和民间走来——那里有你我共同的家园，热烈夺目的外表掩藏着挥之不去的细腻与坚贞。

凝视时，总是能够字里行间清晰地读出今生今世的温情与眷恋。

而交叠在眉目之际的，唯有那套陈列于西塘古镇的“十里红妆”，历经沧桑而本色不改。

6月14日晚上，CA1364航班从黄花机场艰难起飞以后，流连在记忆中的长沙，还是那个古老的岳麓书院。

越过横跨橘子洲头的湘江大桥，在那些山林丛中的千年遗址与新建楼阁中转来转去，总是能够遇见成群结队穿着学位服的学子。

又到了毕业典礼的时光，他们的脸上如往年一般洋溢着青春的气息，还有指点江山的青涩与憧憬。

年轻，真的是最令人骄傲，却也是最容易流逝的金子一般的光阴啊！

就如偶然看到的那部关于80后的青春剧中主人公的一句台词：告诉他们，千万别给我机会。

是啊，因为年轻，他/她们一无所有。

也因为年轻，他/她们也拥有无尽的未来。

这么想着的时候，离开了他们的青春，随意择两样地方的小吃，径去那寂静的石碑处，一字一句地辨认着那些没有标点的古代文字，却别有一番相视无言的意境呢。

偶尔，会听到金属敲击的声音，信步走去，在偌大的屋子共同聆听一曲古装编钟的《春江花月夜》，然后在新摘杨梅的气息中走过山门，不觉又是熟悉的校园了。

校园，短期内是不可能回去的了，我指的是在体制意义的回去。

尽管目前还兼任着中瑞酒店管理学院的院长，但是随着中国旅游研究院正式挂牌后的业务展开，最后一个与校园的正式制度联结也将很快终结。

不舍总是有的，毕竟是从项目合作的动议、硬件建设、办学许可，到办学理念、事业发展规划，再到干部队伍和师资队伍建设，自己都尽心竭力地投入了太多的心血。

然而，天下没有不散的宴席，该离开的时候还是要离开的。

<<旅行社管理>>

编辑推荐

《旅行社管理(第3版)》：普通高等教育“十一五”国家级规划教材,面向21世纪课程教材,高等学校旅游管理专业主干课程教材

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>