

<<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：9787122066237

10位ISBN编号：7122066231

出版时间：2009-9

出版时间：化学工业出版社

作者：丁正山，黄彦婷 主编

页数：234

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>

## <<旅行社经营管理>>

### 内容概要

2009年5月1日,《旅行社条例》正式颁布实施,新条例拓展了旅行社业的转变与发展空间。

本书根据新条例,从旅行社的基本概念和业务着手,以旅行社经营与管理为核心,重点介绍了旅行社市场营销中的产品、价格、渠道和促销等经营策略,详细阐述了旅行社在接待、服务质量、企业文化及人、财、物等方面的管理理念,并结合旅行社经营管理的发展形势,分析了信息技术在旅行社中的运用,指出未来我国旅行社业的发展趋势。

本书既可作为高等院校、高职高专院校旅游类专业教材,又可供旅行社行业中高级管理人才培训及参考使用。

## &lt;&lt;旅行社经营管理&gt;&gt;

## 书籍目录

1 导论	1.1 旅行社的含义和分类	1.1.1 旅行社的含义	1.1.2 旅行社的分类	1.2 旅行社的产生和发展	1.2.1 旅行社的产生	1.2.2 旅行社的发展	1.2.3 我国旅行社的发展现状
	1.3 旅行社的申办	1.3.1 我国旅行社的申办条件和申办程序	1.3.2 外商投资旅行社的申办条件和申办程序	思考题2	旅行社的业务	2.1 入境旅游	2.1.1 入境旅游的发展现状
						2.1.2 面临挑战的入境旅游及旅行社的对策	2.2 出境旅游
						2.2.1 出境旅游业务的开办及组成部分	2.2.2 出境旅游的现状和特点
						2.2.3 我国对出境旅游业务的基本政策	2.2.4 出境旅游的市场潜力
	2.3 国内旅游	2.3.1 国内旅游与国内旅游市场	2.3.2 国内旅游的现状	2.3.3 国内旅游的市场潜力及旅行社的对策	2.4 旅行社的延伸业务	2.4.1 代办护照、签证手续	2.4.2 票务服务
						2.4.3 订房服务	2.4.4 其他委托代办业务
						思考题3	旅行社市场调研与细分
	3.1 旅行社的市场调研	3.1.1 旅行社市场调研的含义及作用	3.1.2 旅行社市场调研途径	3.1.3 旅行社市场调研方法	3.2 旅行社的市场细分	3.2.1 旅行社市场细分的含义	3.2.2 旅行社市场细分的作用
						3.2.3 旅行社市场细分的依据及方法	3.2.4 旅行社目标市场的选择
	3.3 旅行社市场定位	3.3.1 旅行社市场定位的含义与内容	3.3.2 旅行社市场定位的步骤	3.3.3 旅行社市场定位的方法	思考题4	旅行社的产品开发管理	5 旅行社的产品价格管理
						6 旅行社的销售渠道管理	7 旅行社的促销管理
						8 旅行社的接待管理	9 旅行社人力资源管理
						10 旅行社服务质量管理	附录11 旅行社风险管理
						12 旅行社财务管理	13 旅行社信息化管理
						14 我国旅行社的发展趋势	参考文献

## &lt;&lt;旅行社经营管理&gt;&gt;

## 章节摘录

1 导论 内容提要 旅行社、旅游饭店和旅游交通是现代旅游业的三大支柱，其中处于核心地位的是旅行社，因为旅行社是联系旅游饭店和旅游交通的纽带。同时旅行社又联结着旅游活动的食、住、行、游、购、娱等各项要素，在旅游业中发挥着极其重要的作用。

本章将介绍旅行社的具体含义和类别，阐述国内外旅行社的产生和发展状况，着重分析我国旅行社业的发展明状，还将就旅行社的创立条件和申办程序予以简单的介绍。

通过对本章的学习，要求对旅行社有个基本的认识。

1.1 旅行社的含义和分类 1.1.1 旅行社的含义 旅行社是为旅游者提供服务的机构。但这种泛泛的定义不能确切地表达旅行社的含义。

2009年5月，由国务院最新颁布实施的《旅行社条例》规定：“旅行社是指从事招徕、组织、接待旅游者等活动，为旅游者提供相关旅游服务，开展国内旅游业务、入境旅游业务或者出境旅游业务的企业法人”。

其中，“相关旅游服务”主要包括为旅游者安排的交通服务，住宿服务，餐饮服务，观光游览、休闲度假服务，导游、领队服务以及旅游咨询、旅游活动设计服务等。

欧美地区的旅行社简单地划分为旅游经营商（Tour Operator）和旅行代理商（Travel Agent）两类。其中旅游经营商是一种销售企业，它们在消费者提出要求之前，事先准备好旅游活动和度假地，组织旅行交流，预订旅游目的地的各类客房，安排各种游览、娱乐活动，提供整套服务（包价旅游），并事先确定价格及出发和返回日期，即准备好旅游产品，由自己下属的销售处或旅行代理商将产品销售给团体或个体销售者。

由此可以看出，尽管各国、各地区旅行社的含义不尽相同，但都包含了以下四个共同特征。

<<旅行社经营管理>>

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>