

<<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：9787308089159

10位ISBN编号：7308089150

出版时间：2011-6

出版时间：浙江大学出版社

作者：徐云松

页数：244

字数：317000

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

本书共分十章，从旅行社的产生和发展出发，阐述了旅行社的性质、地位和作用，旅行社的职能、业务与分类，并重点介绍了旅行社的组织管理和经营计划，市场细分和定位，产品的开发设计、定价、促销和销售，采购业务，接待业务，客户管理和质量管理，财务管理，电子商务等。内容丰富，实用性强。

本书为作为旅游管理专业的教材，也可作为旅行社从业人员的培训教材。

## <<旅行社经营管理>>

### 书籍目录

#### 第一章 概述

##### 第一节 旅行社的产生与发展

- 一、旅行社的产生背景
- 二、国外旅行社的发展
- 三、中国旅行社的产生背景
- 四、中国旅行社的四个发展时期
- 五、西方国家旅行社的发展现状
- 六、中国旅行社的发展现状

##### 第二节 旅行社的性质、地位和作用

- 一、旅行社的性质
- 二、旅行社在旅游业中的地位
- 三、旅行社的作用

##### 第三节 旅行社的设立

- 一、影响旅行社设立的因素
- 二、设立旅行社的基本程序

##### 第四节 旅行社的职能、业务和分类

- 一、旅行社的职能
- 二、旅行社的基本业务
- 三、旅行社的分类

#### 本章小结

#### 第二章 旅行社的组织管理和经营计划

##### 第一节 旅行社企业的组织设计

- 一、旅行社企业的组织结构
- 二、旅行社组织设计现状分析
- 三、旅行社企业组织再造工程的战略创新
- 四、旅行社企业的虚拟经营趋势

##### 第二节 旅行社企业的制度管理

- 一、旅行社企业的基本制度
- 二、员工的管理
- 三、旅行社企业各部门的职责
- 四、旅游集团的管理

##### 第三节 旅行社企业的经营计划

- 一、旅行社经营计划的意义
- 二、旅行社经营计划的内容
- 三、旅行社经营计划的执行
- 四、旅行社经营计划的控制
- 五、旅行社经营计划的调整

#### 本章小结

#### 第三章 旅行社的市场细分和定位

##### 第一节 旅行社市场细分

- 一、市场细分
- 二、旅行社市场细分的概念
- 三、旅行社市场细分的作用
- 四、旅行社市场细分的原则
- 五、旅行社市场细分的方法

## <<旅行社经营管理>>

### 六、旅行社市场细分的标准

#### 第二节 旅行社目标市场的选择

- 一、目标市场的含义
- 二、旅行社目标市场选择的原则
- 三、旅行社目标市场选择的模式
- 四、旅行社目标市场的营销策略

#### 第三节 旅行社市场定位

- 一、市场定位
- 二、旅行社市场定位的含义
- 三、旅行社市场定位的作用
- 四、旅行社市场定位的方法
- 五、旅行社市场定位的重点
- 六、旅行社市场定位的步骤
- 七、旅行社市场定位的策略

#### 本章小结

### 第四章 旅行社产品的开发设计

#### 第一节 旅行社产品的特征和分类

- 一、旅行社产品的内涵
- 二、旅行社产品的特征
- 三、旅行社产品的分类
- 四、旅游线路

#### 第二节 旅行社新产品的开发设计

- 一、旅行社新产品的类型
- 二、旅行社产品的设计人员
- 三、旅行社产品设计原则
- 四、旅行社现有产品的筛选

#### 第三节 旅行社新产品开发过程

- 一、产品策划阶段
- 二、产品制作阶段
- 三、市场试销阶段

#### 本章小结

### 第五章 旅行社的采购业务

#### 第一节 旅行社采购概述

- 一、旅行社采购的概念
- 二、旅游服务采购的原则
- 三、旅游服务采购的策略

#### 第二节 旅行社采购的内容

- 一、交通服务
- 二、住宿服务
- 三、餐饮服务
- 四、游览景点和参观单位服务
- 五、购物和娱乐服务
- 六、地接服务

#### 第三节 旅行社采购业务管理

#### 本章小结

### 第六章 旅行社产品的定价、促销和销售

#### 第一节 旅行社产品价格

## <<旅行社经营管理>>

- 一、旅行社产品价格制定的原则
- 二、旅行社经营目标对产品价格制定的影响
- 三、定价策略的选择
- 四、旅行社新产品的定价策略
- 五、旅行社产品定价的方法
- 第二节 旅行社产品的促销方法
  - 一、旅行社广告促销
  - 二、旅行社人员推销
  - 三、旅行社公共关系
  - 四、旅行社销售促进
- 第三节 旅行社产品的销售渠道
  - 一、旅行社产品销售渠道的类型
  - 二、旅行社销售渠道的选择
  - 三、旅游中间商的选择和分销策略
  - 四、旅游中间商的管理
- 本章小结
- 第七章 旅行社的接待业务
  - 第一节 旅行社接待业务概述
    - 一、旅行社接待业务的内涵
    - 二、旅行社接待业务的特点
  - 第二节 团体旅游接待业务
    - 一、旅游接待团队的分类
    - 二、团体旅游接待过程
    - 三、旅游接待计划的变更
    - 四、旅游团行李的交接
  - 第三节 散客旅游接待业务
    - 一、散客旅游的特点
    - 二、散客旅游接待程序
- 本章小结
- 第八章 旅行社的客户管理和质量管理
  - 第一节 客户管理与维护
    - 一、客户管理的含义
    - 二、旅行社的客户管理
    - 三、数据仓库和客户管理流程
  - 第二节 旅行社的售后服务
    - 一、旅行社售后服务的内涵
    - 二、顾客关系生命周期
    - 三、旅行社售后服务与长期顾客关系
  - 第三节 旅行社的服务质量监控
    - 一、旅行社服务质量的内容
    - 二、旅行社服务质量管理的意义
    - 三、旅行社服务质量的评价标准
    - 四、旅行社质量管理的内涵与实施
  - 第四节 旅游投诉的处理
    - 一、旅游投诉的范围和类型
    - 二、旅游投诉的处理
- 本章小结

## <<旅行社经营管理>>

### 第九章 旅行社财务管理

#### 第一节 旅行社财务管理概述

- 一、旅行社财务管理的目标
- 二、旅行社财务管理的内容
- 三、建立完善的旅行社财务管理系统

#### 第二节 旅行社筹资管理

- 一、普通股筹资
- 二、负债筹资
- 三、资本成本

#### 第三节 旅行社的资产管理

- 一、流动资产的管理
- 二、固定资产的管理

#### 第四节 旅行社的业务核算与损益管理

- 一、旅行社的业务核算
- 二、旅行社的业务结算
- 三、旅行社成本费用管理
- 四、旅行社营业收入与利润管理

#### 第五节 旅行社的财务报告分析

- 一、旅行社财务报告分析的目的
- 二、基本的财务比率

#### 本章小结

### 第十章 旅行社和电子商务

#### 第一节 旅游电子商务综述

- 一、电子商务和旅游电子商务
- 二、旅游电子商务的主要功能
- 三、旅游电子商务的应用领域

#### 第二节 旅行社电子商务

- 一、信息化时代我国旅行社与电子商务
- 二、旅行社电子商务体系的基本组成
- 三、旅行社电子商务的设计与实施

#### 第三节 旅游电子商务经典案例

#### 本章小结

#### 后记



<<旅行社经营管理>>

编辑推荐

《普通高等教育"十一五"国家级规划教材:旅行社经营管理(第2版)》为“21世纪旅游管理学精品教材”中的一本。

《普通高等教育"十一五"国家级规划教材:旅行社经营管理(第2版)》为作为旅游管理专业的教材,也可作为旅行社从业人员的培训教材。



<<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>