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：9787503241437

10位ISBN编号：7503241438

出版时间：2011-4

出版时间：中国旅游出版社

作者：任鸣　编著

页数：322

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

内容概要

本书根据高职高专学生的特点，结合目前我国旅行社行业发展趋势，以现代旅行社的工作模块和工作流程为主线，从旅行社的设立、组织结构、产品设计和营销、采购、接待服务、质量管理、旅游电子商务管理和财务管理出发，注重旅行社经营与管理一般理论与方法的阐述，定位于旅行社各岗位的实际工作，重视对学生的技能和能力培养，注意教学与学生未来就业相结合，最大限度地开阔学生的知识面并提高他们灵活运用知识的能力，因而具有较强的针?性、实用性和时效性。

本书适用于高等职业教育旅游管理专业两年制和三年制教学的需要，也可以作为旅游专业培训教材。

第一图书网, tushu007.com

<<旅行社经营管理>>

书籍目录

前言
第一章　旅行社概述
　第一节　旅行社的发展进程
一、旅行社的产生
二、旅行社的发展
三、我国旅行社的产生与发展
　第二节　旅行社的内涵
　　一、旅行社的性质
二、旅行社的特点
三、旅行社的职能、分类和基本业务
四、旅行社的地位与作用
　第三节　旅行社的设立
一、影响旅行社设立的因素
二、申办旅行社的程序
三、旅行社的相关审核处理流程
　复习思考
第二章　旅行社组织构建及管理
　第一节　旅行社企业的组织构建
一、影响旅行社组织设计的因素
　……
第三章　旅行社产品设计
第四章　旅行社产品的定价、促销和销售
第五章　旅行社的采购
第六章　旅行社的接待服务
第七章　旅行社与旅游电子商务
第八章　旅行社的客户管理和质量管理
第九章　旅行社财务管理
参考文献

章节摘录

版权页：插图：新颖原则。
新颖原则的体现应贯穿于整个旅行社产品的设计制作过程中。
与产品相关的所有因素几乎都可用来以新颖原则进行新的架构。
无论是旅行社产品名称、广告商、产品宣传单，还是旅行社产品的销售场地、销售手段、氛围营造等许多方面，均能在新颖原则的整体贯穿中，营造出引人人胜、美不胜收的感觉。
差异原则。
旅行社产品差异化的目的是要避免或干扰客人进行不同的旅行社企业间同类产品的简单的价格类比。
旅行社产品的差异对突出旅行社的特色非常重要。
差异化的旅行社产品具有避免销售人员工作繁复、减少销售成本方面的作用。
具体到一个旅行社产品的构成因素当中，差异化手段也可以在许多地方发挥作用。
产品的价格与其他旅行社同类产品的差异。
在影响产品整体销售的因素中，价格因素仍是市场吸引力重要的构成因素。
在线路编排的先后顺序方面，使用差异化原则的旅行社可以采取不同的顺序组合，使旅行社产品在外在形式上得到改观。
即使采取的是与其他旅行社产品相反的线路组合，也会因出行早、时差弱等因素使客人疲劳程度低而增加卖点。
可以在一地停留时间的差异化上做文章，将在某旅游目的地的停留时间延长，形成与其他同类线路产品不同的参照。
在旅行社产品包含的内容方面使用差异化原则，如提高饭店的等级、调整景点的数量、赠送礼品、提供额外服务等，都能使旅行社产品产生新感觉。
时效原则。
旅游因与自然景观、客观环境密切相关，时效原则在旅行社产品设计中显得至关重要。
国外的旅行社给客人提供的咨询，往往会包括旅游时间的建议。
时效原则所要考虑的就是要将游览时间与最美的季节和气候环境协调一致，努力将目的地最好的一面呈现给游客。
旅行社在进行产品的研发和市场推广时，必须对该产品在何种时段进行研发和市场推广最为合适进行考虑。

编辑推荐

《旅行社服务与管理专业模块·旅行社经营管理》：中国旅游院校五星联盟中国骨干旅游高职院校教材编写出版项目

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