

<<旅行社经营与管理>>

图书基本信息

书名：<<旅行社经营与管理>>

13位ISBN编号：9787504652287

10位ISBN编号：7504652288

出版时间：2008-8

出版时间：中国科学技术出版社

作者：李胜芬，侯志强 主编

页数：342

字数：537000

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>

## <<旅行社经营与管理>>

### 内容概要

本书从旅行社基本理论、实务方法和案例分析等角度对旅行社的经营与管理进行论述，经营业务包括旅行社产品开发、采购、市场营销、业务接待，管理包括旅行社的人力资源管理、服务质量管理、客户关系管理、风险管理、信息系统管理、战略管理等方面的内容，构建较为全面的旅行社经营管理的理论方法体系。

本书可作为高等院校旅游管理专业本科及相关专业教材，也可作为从事旅游管理研究和实际工作人员的参考书。

## &lt;&lt;旅行社经营与管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 旅行社概述 第一节 旅行社概念和分类 第二节 旅行社设立与程序 第三节 旅行社的业务与职能 第四节 旅行社的组织结构设计及优化 复习思考题 模拟实训 案例分析第二章 旅行社产品设计与开发 第一节 旅行社产品构成与分类 第二节 旅行社产品设计与原则 第三节 旅行社产品开发的程序与方法 第四节 旅行社产品组合 复习思考题 模拟实训 案例分析第三章 旅行社营销管理 第一节 旅行社营销组合的内容 第二节 旅行社产品促销方法与效果分析方法 第三节 旅行社产品价格策略 第四节 旅行社产品销售渠道选择方法 复习思考题 模拟实训 案例分析第四章 旅行社产品采购 第一节 采购的含义、原则、策略 第二节 旅游主要服务采购的管理 第三节 旅行社采购的程序与方法 第四节 服务采购中间商的选择 复习思考题 模拟实训 案例分析第五章 旅行社业务接待 第一节 接待计划的制订与落实 第二节 团队接待业务程序与方法 第三节 散客接待业务程序与方法 第四节 旅行社的接待管理内容与方法 复习思考题 模拟实训 案例分析第六章 旅行社人力资源管理 第一节 人力资源管理的基础理论 第二节 旅行社人力资源的现状剖析 第三节 旅行社职业经理人的管理方法 第四节 旅行社员工管理方法 复习思考题 模拟实训 案例分析第七章 旅行社的客户关系管理 第一节 旅行社客户与客户关系 第二节 旅行社客户关系管理内容与方法 第三节 旅行社客户关系管理系统(CRM) 复习思考题 模拟实训 案例分析第八章 旅行社服务质量管理 第一节 服务质量管理的基础理论 第二节 旅行社质量管理的基本方法及应用 第三节 旅行社质量管理的实施 复习思考题 模拟实训 案例分析第九章 旅行社信息系统管理 第一节 旅行社信息系统管理基础理论 第二节 旅行社管理信息系统 第三节 电子商务在旅行社的应用 复习思考题 模拟实训 案例分析第十章 旅行社风险管理 第一节 风险管理的概述 第二节 旅行社风险管理的实施 第三节 旅行社风险管理的方法 第四节 旅行社危机处理 复习思考题 模拟实训 案例分析第十一章 旅行社战略管理 第一节 旅行社战略管理的基本理论 第二节 旅行社品牌化战略 第三节 旅行社国际化战略 第四节 旅行社集团化战略 复习思考题 模拟实训 案例分析参考文献

## &lt;&lt;旅行社经营与管理&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 旅行社概述 本章导例 旅行社行业如何改变“小散弱差”现状？

据国家旅游局近日发布的全国旅行社业务年检情况通报，至2005年底，全国共有旅行社16846家，新增加1507家，同比增长9.82%。

据16245家旅行社填报的有效数据统计，2005年度全国旅行社营业收入1116.59亿元，同比增长9.70%。

在旅行社行业平稳发展的同时，应该注意到，从2005年旅行社行业经营效益来看，16245家旅行社净利润总额1.27亿元，净利率为0.11%。

旅游业务营业收入1070.14亿元，社均营业收入仅为658万元。

业内人士分析认为，我国实行改革开放20多年来，旅行社业的管理和经营方式变化最小，甚至保留着计划经济的运行模式。

旅行社行业大部分企业还是作坊式经营，没有经历过真正的产业变革。

整个行业采取水平式分工体系，按业务范围划分为国际旅行社和国内旅行社，而没有采用垂直式分工体系，将旅行社划分为旅游批发商和旅游零售商。

旅行社业“小散弱差”的局面仍未改变，整体实力不强。

社科院旅游研究中心《2004-2006年中国旅游业发展的分析与预测》认为，近年来旅行社行业有了一些明显变化，垂直分工出现雏形。

这突出地体现在出境旅游的经营上，目前已经出现一些著名的旅游批发商，例如以凯撒国旅、众信国旅和华远国旅为代表的主打欧洲市场的批发商，以北京捷达假期、海洋国旅、上海东方中旅和广州和平国旅为代表的主打东南亚和大洋洲市场的批发商，以及以国旅总社、中旅总社和青旅集团等为代表的主攻特定市场的批发商。

与此同时，旅行社的水平分工也在发展，开始出现一些专门从事商务旅游、会展旅游的专业性旅游经营商。

这是一种自然分工，旨在做大做强市场，发挥自身的组织优势和资源优势，不同于靠行政力量强行实现的分类。

值得注意的是，很多强势批发商和专业旅行社，不是原来国家的“老字号”，而是这两年涌现出来的具有国际背景的新秀。

思考：我国旅行社的整体发展情况如何？

导致我国旅行社的整体水平的关键性原因有哪些？

旅行社的水平分工、垂直分工对我国旅行社的发展有何意义？

.....

## <<旅行社经营与管理>>

### 编辑推荐

《全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材·旅行社经营与管理：理论、方法与案例》吸取和反映了旅行社经营与管理的最新理论和方法，如对旅行社的品牌经营、旅行社产业信息化、旅行社的集团化、多元化管理、旅行社的行业分工体系、旅行社的客户关系管理等都进行了探索。

《全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材·旅行社经营与管理：理论、方法与案例》保留了具有旅行社特点的管理内容，同时在前述微观分析基础上相应增加关于旅行社经营管理宏观环境的分析。

《全国高等院校“十一五”旅游专业新创规划教材·旅行社经营与管理：理论、方法与案例》在编写过程中坚持理论与实践相结合的原则，在每一章相关内容之后附有案例和相关资料，有利于读者掌握旅行社经营与管理的实战技能。

<<旅行社经营与管理>>

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>